

جامعـــــــــة بيرزيـــــــت

كلية الدراسات العليا–الآداب

دائرة العلوم الاجتماعية والسلوكية

Department of Social and Behavioral Science

برنامج الماجستير في علم الاجتماع

Master's Program in Sociology

"المقاهي كحقل اجتماعي في مدينة رام الله"

Cafes as a Social Field in the City of Ramallah

اعداد الطالب اسلام بدران

1115510

اشراف

د. لينة ميعاري

صيف 2017



كلية الدراسات العليا-الآداب

دائرة العلوم الاجتماعية والسلوكية

المقاهي كحقل اجتماعي في مدينة رام الله

Cafes as a Social Field in the City of Ramallah

الطالب: إسلام بدران

تم نقاش الرسالة بتاريخ: 15حزيران 2017

لجنة النقاش:

د. لينــة ميعــاري (مشرفاً) ....

د. بـدر الاعـرج (عضواً) ....

د. عـلاء العــزة (عضواً) ....

"قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في علم الاجتماع من كلية الدراسات العليا في جامعة بيرزيت، فلسطين"

شكر

اتقدم بالشكر الجزيل للدكتورة لينة ميعاري على صبرها وجهدها المِكْثار في الاشراف على هذه الرسالة

والشكر موصول لكل من الدكتور بدر الاعرج والدكتور علاء العزة على نقاشهم الثري

وأشكر أيضا كل من منحني الفرصة لإكمال هذا العمل، وآمن بإمكانية نجاحه.

وكل الحب لعائلتي واصدقائي

إهداء

إلى روح الطيّب، الحاضر دوماً في قلبي

زاهر دريدي

الفهرس

ملخص:

هدفت هذه المناولة الى الكشف عن حقل فضاءات الطعام والشراب وتتبع سيرورته التاريخية في الفضاء المديني لرام الله وفهم موقعه من القوى الاخرى ومنطق عمله، وتقديم فهم لرهانات وغايات هذا الحقل واشكال الصراع فيه، واستندت هذ الدراسة على المنهج الاثنوجرافي الذي شمل كل من المقابلات والملاحظة بالمشاركة وتحليل بعض العناصر السيميائية وبعض البيانات التاريخية، وتبين أن اشكال المنافسة والصراع في هذا الحقل تعددت بين فئتين، الفئة الأولى وهي الفئة المهيمنة من الفاعلين الذين يسعون خلف الانجاز المادي وتحقيق رهانات متعددة، وفرض طابع معين أو تهيئة جو بصبغة غربية، ومحاولة تلبية كل رغبات الرواد من محليين وسياح؛ تماشيا مع الخطاب السياسي، في حين تظهر فئة من الفاعلين الجدد بمعالم غير واضحة تحاول رفض المبادئ الاساسية القائمة على الاستهلاك والمنفعة المادية، في سبيل جعل المقهى بيئة هادفة أو على الاقل معافاه من مرض الرأسمالية، وأخذت اشكال الصرع باتجاه تبني كل مقاهي العينة لنمط أو طابع معين يعبر عن أفكار ومشاعر معينة يتبناها رواده، ليجدو أنفسهم في ذلك المكان، ويحقق لهم اشباعات وخصوصية ضمن مخيال ما، ومن الأمور الواضحة حالة التيه والاسترداد التاريخي لتفاصيل كثيرة ضائعة بين الموروث والمعاصر.

الكلمات المفتاحية: رام الله، المقهى، المطعم، الكافي، الكوفي شوب، المكان الثالث، دلالة الاسم، الهابيتوس، الرساميل، الحقل، السيميائية.

Abstract:

The cafes are an important element of everyday social life in many cities, Ramallah as one of these cities which has historical, political and social conditions that have influenced the creating of many types of cafes as a field, So this thesis aimed to discover “cafes field” in Ramallah city, by analyzing the position of the “cafes field” within the field of power, and its evolution in time, and the internal structure of that field, the structure of objective relations between positions occupied by individuals and groups placed in a situation of competition for legitimacy. In addition, to analyze the genesis of the habitus of people who attend the cafes. The ethnographic approach used to accomplish the goal of the study, which the Ethnography underpinned the data collection, analysis, and interpretation phases of the study, and the main ethnography took a place in six cafes in the city of Ramallah.

The results show that the struggles within the field between the occupiers of the dominant position), and the newcomers (or among the dominated themselves) are to seek several stakes, and they are competing by creating their own "profiles" which reflecting certain attitudes or tastes in some cases (food, music, etc.) or they might even be seen as reflecting or promoting certain types of lifestyles. Moreover, that "profile" meets the needs of many people (customers) based on their habitus in the way makes them as a part of that café and then they become regulars.

Key words: café, coffeehouses, Ramallah, third places, social field.

مقدمة:

خلقت الحياة الحضارية مجموعة من فضاءات الطعام والشراب مثل المقاهي والمطاعم مُشكِلة حقلاً وفضاءات كأماكن اجتماعية عامة يلتقي فيها الافراد خارج المنزل من أجل تبادل الحديث والاخبار واتمام بعض المعاملات التجارية أو غيرها، اذ يمكن تسميتها بـ(المكان الثالث) كونها خارج مكان العمل ومكان البيت، لتشهد هذه الفضاءات تحولات عبر الزمن لتظهر انماط متعددة منها.

ولربما كان لمدينة رام الله الاولوية في احتضان هذه الفضاءات دون سواها في الفضاء الفلسطيني، لأسباب سياسية واجتماعية، حيث بدا هذا الاتساع في حقل المقاهي على فترات واضحة بعد انتهاء الانتفاضة الثانية(2005)، وعلى أسس وبنى تحتية سابقة بدأت تهيئ بعد عام 1995 ارتبطت بتركيز مقار السلطة وأجهزة الدولة في مدينة رام الله فالأوضاع السياسية والاجتماعية مجتمعة راكمت هِجرات داخلية الى المدينة.

فانتشرت فضاءات الطعام والشراب في رام الله كسواها من المدن العربية وأخذت هذه الفضاءات نصيبها في روتين حياة الكثير من الافراد، ولا شك في أن لها مساهمات عديدة، تتعدى دورها بأن تكون مكان لتقديم الطعام فقط، فهي بمسمى سلعة لها العديد من المميزات عن فضاءات التعايش الأخرى، كالأندية (الرياضية، الثقافية، الخ) والأسواق وغيرها، وهذه الدراسة هدفت للكشف عن هذه الفضاءات ضمن السياق التاريخي لتشكلها وحاولت تفكيك عناصرها للوصول الى فهم حول الية عمل هذه الفضاءات وطبيعة العلاقات بينها وداخلها وعلاقتها بالواقع المعيش.

وبالتالي تتكون هذه الدراسة من ثلاثة فصول، إذ يتم في الفصل الأول عرض الأطر النظرية التي تم الاستناد اليها في تقديم الفهم والتحليل حيث أُعتمد بالأساس على جملة من المفاهيم النظرية كالحقل والرساميل

والهابيتوس والذوق عند بيير بورديو بالإضافة إلى مفهوم المكان الثالث الذي تم استقاءه من راي أولدنبورغ، ومن ثم ايجاز بعض مفاهيم الأخرى في الدراسة واستنبات مفهوم اجرائي للدلالة على الحقل النوعي المنوي دراسته، ومن ثم الاعلان عن اشكالية الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وتقديم جملة من التساؤلات، التي تتمحور حول محاولة الغوص في هذا الحقل النوعي واستشفاف طريقة عمله والكشف عن اشكال العراك أو المنافسة ورهانات الفاعلين فيه.

أما الفصل الثاني فيتم فيه توضيح المنهجية وطريقة استحصال البيانات من الميدان، اذ تم الحصول على الأخيرة من خلال الملاحظة بالمشاركة والمسائلة بالمقام الأول، وبعض الكتابات التي عُنيت بالسياق التاريخي لموضوع البحث. أما الفصل الثالث والأخير فهو يمثل الفصل الاكبر من البحث إذ أقدم فيه التحليل ضمن أربعة محاور رئيسية بدايةً بالسياق التاريخي لفضاءات الطعام –مركزا بالأساس على تاريخ المقاهي وتحولاتها–منذ لحظة ولادتها الى الوقت الحالي متناولاً الاشكال الجديدة لتلك الفضاءات في مدينة رام الله مقدماً محاولة تنميطيه–ضمن محور ثانٍ– لتلك الفضاءات داخل الفضاء المديني لرام الله وفق التحولات السياسية والاقتصادية والسيسيو–ثقافية والية الدخول الى هذا الحقل، وكيف يتم خلق طابع معين للمقهى كفاعل ضمن الحقل الأكبر من خلال توظيف السيميائيات ومراكمة الرساميل المختلفة، ومن ثم الكشف عن أشكال الصراع والمنافسة وطبيعة الرساميل ورهانات الفاعلين ضمن محور ثالث، وأخيرا تحليل العلاقات الاجتماعية وأنماط السلوك داخل المقهى لفهم علاقة المنافسة والرساميل وتشكيل التراتبيات الاجتماعية للجمهور استنادا على نظرية الحقل الاجتماعي.

الفصل الأول: اللجوء النظري

"عوائد كل جيل تابعة لعوائد سلطانه"

(ابن خلدون)

اللجوء النظري:

في الفقرات القادمة سيتم ادراج الطروحات النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة في التحليل والتفكيك والفهم في سبيل تفسير المعطيات الميدانية.

مقتطفات نظرية حول الحقل: بيير بورديو

سأتناول بعض المفاهيم التي تم استخدامها في الدراسة من ضمن نسق المفاهيم المركزية التي قدمها بيير بورديو والتي تتجلى في (الحقل، الفاعلين، الرساميل، الهابيتوس، الذائقة).

يرى بورديو أن الفضاء الاجتماعي مكون من طبقات اجتماعية متصارعة فيما بينها وهذا العراك يظهر في حقول متنوعة، ويستخدم بورديو مصطلح الحقول (كأداة تحليل) للدلالة على الفضاءات المُركبة من مواقع (أو مناصب) تعتمد خصائصها على موقعها داخل هذه الفضاءات ويمكن أن تحلل بمعزل عن سمات شاغليها (التي تحددها هذه الخصائص). وهذه الحقول متنوعة بطبيعة الحال فيوجد الحقل السياسي والحقل الفلسفي والحقل الديني، والحقل الثقافي (الخ) ولها قوانين عمل عامة وثابتة ومنطق معين لعملها، وهذا يُمَكن الدارس من استخدام ما يعرفه عن عمل كل حقل ليطرح أسئلة عن حقول أخرى وبالتالي كل مرة يدرس فيها حقلا جديدا سيكتشف سمات معينة متصلة بحقل اخر [1].

وللإسهاب أكثر سيبدو من الأسهل ادخال مفهوم الفاعلين والرساميل على الطرح، فاستناداً للتحليل البوردزياني فإن الفاعلين الاجتماعيين(سواء أفراد، مجموعات، أو مؤسسات) يتوزعون في الفضاء الاجتماعي بصورته الكاملة وفقا للحجم الكلي لرساميلهم بمختلف أنواعها ووفقا للوزن النسبي لمختلف ما يملكوه من رساميل في

[1] بورديو. بيير، تر. هناء صبحي، مسائل في علم الاجتماع، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، 2012، ص181

الحجم الكلي لها[2]، فعلى سبيل الايضاح لنأخذ رأس المال الثقافي الذي يملكه الفاعل مقارنة مع ما يملكه الفاعلين الاخرين أو الحقل، والوزن النسبي لرأس المال الثقافي من الحجم الكلي لكل الرساميل التي يملكها الفاعل نفسه، هذا يظهر كيف يتوزع الفاعلين في الفضاء فمن يملك رساميل اكثر يملك سلطة اكثر وطبيعة رأس المال الذي يمتلكه الفاعل تحدد موضعه في الفضاء. وان "*الفضاء الاجتماعي مبني بحيث يكون الفاعلون الذين يحتلون مواقع متماثلة أو متقاربة موضوعين في شروط متماثلة وخاضعين لاشتراطات متماثلة، وامامهم كل الفرص لتكوين استعدادات ومصالح متماثلة، ومن ثم لإنتاج ممارسات متماثلة. وتتضمن الاستعدادات المكتسبة في الموقع المحتل تكيفاً مع هذا الموقع*[3]"، (مجموعات من الفاعلين حشدت من اجل الصراع)[4].

أما الرساميل فهي متنوعة الاشكال ويمكن تقديم إيضاح موجز لها حيث يتكون الرأسمال الاقتصادي من العوامل المختلفة للإنتاج (الأرض والمصانع والعمل) ومجموع الثروات الاقتصادية الأخرى والمداخيل والإرث والثروات المادية، أما الرأسمال الثقافي ويمثل مجموعة المعارف والقدرات والمهارات النظرية والعملية في إطار ثقافة معينة سواء تلك المنتجة من طرف المنظومة المدرسية أو تلك الموروثة عن طريق العائلة، يمكن أن يكون هذا الرأسمال في ثلاثة أشكال في الحالة المدمجة كاستعداد دائم للجسم (مثل التعبير بسهولة داخل جماعة) وفي الحالة الموضوعية كثروة ثقافية (مثل امتلاك لوحات فنية ومؤلفات والألقاب الثقافية) وفي الحالة المؤسساتية بمعنى مثمن اجتماعيا (كما هو الحال بالنسبة للشهادات المدرسية)،وجميعها في نهاية الامر

---

[2]بورديو. بيير، تر. احمد احسان، بعبارة أخرى: محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية، ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، 2002، ص212

[3]المصدر السابق

[4] انظرBourdieu. Pierre, Translated by Gino Raymond and Matthew Adamson, Language and Symbolic Power, Polity Press,(1991),p231-232

تخوّل لمالكها مراكز ووضعيات مجتمعية تتحدد بحجمها ونوعها، اما بخصوص الرأسمال الاجتماعي ويعرف أساسا كمجموعة العلاقات الاجتماعية (المعارف، الصداقات) التي يمتلكها الفرد أو الجماعة، وهذه العلاقات تمنح الفاعل مقدارا من المتانة الاجتماعية، وامتلاك هذا الرأسمال يستلزم عملاً لإقامة وصيانة العلاقات بمعنى عملاً للألفة والدعوات المتبادلة والترفيه المشترك[5]، وهناك رؤى أخرى كمحاولة "نان لين" لتقديم نظرية متكاملة في الرأسمال الاجتماعي، وبعض الإنجازات التي تتمثل في اعمال "جيمس كولمان" و"روبرت بوتنام" اذ تعنى بقضايا التنمية والسلوك الاقتصادي اذ يعتبر رأس المال الاجتماعي بمثابة الرصيد الذي يمتلكه الفرد من علاقات وقيم تمكنه من انشاء علاقات داخل البناء الاجتماعي بالإضافة لتحديد طبيعة الرصيد المجني من الشبكات الاجتماعية وتبادل الثقة، بالإضافة الى التوجه الذي يرى بأن رأس المال الاجتماعي عبارة عن "موارد كامنة في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة" بالتالي فهي كل مصادر تتجسد في شبكة الشخص نفسه[6].

أما الرأسمال الرمزي فهو يتعلق بمجموعة الطقوس التي لها علاقة بالشرف، السمعة، الجاه والاعتراف والسلطة التي يتمتع بها الفاعل من خلال اكتسابه للأشكال الثلاثة الأخرى للرأسمال، وهذا النوع من الرأسمال يسمح بفهم أن التظاهرات المختلفة لقواعد حسن السلوك ليست فقط من متطلبات الضبط الاجتماعي وإنما لها كذلك مزايا اجتماعية ذات عواقب فعلية[7].

---

[5]شوفالييه. ستيفان وكريستيان شوفيري، تر. الزهرة إبراهيم، معجم بورديو، النايا للدراسات والنشر والتوزيع،2013، ص162-164

[6] أنظر احمد زايد وآخرون(2006): رأس المال الاجتماعي لدي الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، واعمال كل من جيمس كولمان" و"روبرت بوتنام"

[7]بزار. عبد الكريم، دراسة لنيل شهادة الدكتوراه: علم اجتماع بيار بورديو، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر،2007 ص58-59

منطق الحقل وسماته

لفهم الحقل هذا المعترك والفضاء الواسع وفهم طبيعة الصراع بين الفاعلين يتوجب على الباحث – كما يدعو بورديو– البحث عن اشكال الصراع الخاصة به، فبنية الحقل كمعترك قوى (بين الفاعلين الافراد أو بين المؤسسات) أي توزيع رأس المال الخاص الذي تراكم أثناء الصراعات السابقة والذي يوجه الاستراتيجيات اللاحقة، مثل احتكار العنف الشرعي (سلطة معينة والتي هي بالضرورة سمة الحقل المعني) او الاحتفاظ ببنية توزيع رأس المال الخاص أو هدمها، هي التحدي الذي يسم الصراعات التي تحدث في الحقل، فالحديث عن رأس مال خاص يعني أن قيمة رأس المال منوطة بحقل معين وتأخذ قيمتها من هذا الحقل وضمن حدوده وهو غير قابل –أي رأس المال الخاص– للتحول إلى نوع آخر من رأس المال إلا تحت شروط معينة[8].

فهنالك سمات أساسية للحقل اذ يتكون من مجموعتين من المتصارعين –لا أقول مجموعتين على سبيل التحديد أو الحصر وانما بغرض توضيح أطراف الصراع–الأولى المهيمنين الذين يدافعون عن امتلاكهم واحتكارهم لهذا الحقل او للسلطة الشرعية، والفئة الثانية وهي مجموعة الطامحين (الوافدين الجدد، الطليعيين) الذين يحاولون أن يكسروا اقفال حق الدخول للحقل والاشتراك في اللعبة بعد دفع رسم الدخول الذي يتجلى في الإقرار باللعبة وقيمتها والمعرفة التامة بمبادئها، حيث تاريخ اللعبة وماضيها يكونا حاضران في فعل اللعب، وبالطبع هذه العراك يتخذ أشكالاً مختلفة بين المنافسة والملاحقة أو الاقتتال.

ومن أجل أن تسير الأمور في حقل ما، يجب أن تكون هناك تحديات وفاعلين مستعدين لممارسة اللعبة ويملكون "المتصل الوراثي–هابيتوس" الذي يستوجب المعرفة بالقوانين الخاصة باللعبة وبالتحديات والاعتراف

---

[8] بورديو، بيير، مسائل في علم الاجتماع، ص 183

بها. وتوليفة لإيضاح المتصل الوراثي، الفقيه اللغوي جدلا أو (فقه اللغة) الذي "هو في الوقت نفسه (صنعة) ورأس مال تقني ومرجعي، ومجموعة (معتقدات)، مثل النزوع إلى إيلاء أهمية للملاحظات في الحواشي بقدر أهمية النص باعتباره سمات متصلة بالتاريخ [9]"وحمى القول إنّ الدخول لحقل ما يُحَدّد من بين أشياء كثيرة تتعين من بين تحديات واهتمامات معينة لا يمكن أن تُعزى إلى مصالح او رهانات تخص حقول أخرى فلا يمكن تشغيل فيلسوف بتحديات متخصص بالجغرافيا، ولا يدركها –التحديات–شخص لم يُعّد للدخول في هذا الحقل فكل مجموعة من الرهانات او الاهتمامات تقصي ولا تكترث باستثمارات او اهتمامات أخرى اذ يتم الحكم عليها بأحكام قيمية كالعبثية والغير معقولة[10].

في حالة صراع قوى معينة، يتجه المهيمنون الذين يحتكرون رأس المال الخاص (أساس القوة أو السلطة الخاصة المميزة للحقل) إلى استراتيجيات محافظة ومدافعة، في حين يتجه الذين لا يملكون رأس مال نوعي كبير (القادمون الجدد) إلى استراتيجيات الهدم أو استراتيجيات الهرطقة. على سبيل المثال في "حقل انتاج الثقافات" فالهرطقة والبدع باعتبارها قطيعة نقدية مع الآراء السائدة والتي تظهر كممارسات وأفكار الوافدين الجدد تُخرج المهيمنين من صمتهم وتفرض عليهم انتاج خطاب الدفاع عن (الارثدوكسية، الإسلام، أو "الفكر المستقيم"،(الخ)) الذي يعزز إعادة ما يوازي الانتماء الصامت للآراء السائدة [11]، وبكلام اخر فكل طرفان متصارعان لأحدهما استراتيجيات هيمنة هدفها المحافظة على رأس المال المتراكم، وطرف اخر يتبنى استراتيجيات هدم *"تستهدف تراكم رأس مال نوعي يفترض قلباً جذرياً، نوعا ما لجدول القيم وإعادة تعريف ثورية ان صح القول لمبادئ الإنتاج وتقويم المنتجات، وفي الوقت نفسه الحط من قيمة رأس المال الذي*

---

[9] بورديو، بيير، مسائل في علم الاجتماع، ص 182

[10] المصدر السابق، ص182

[11] المصدر السابق، ص184

يملكه المهيمنون"[12].

ثمة سمة أخرى لحقل ما، فكل الفاعلين الملتزمين بحقل ما لهم عدد من المصالح الأساسية، بمعنى كل ما له علاقة بوجود الحقل نفسه، من هنا ينشأ تواطؤ موضوعي ضمني في جميع الخصومات فالصراع يفترض اتفاقاً بين المتخاصمين على ما يستحق النضال أي كل ما يُشكل الحقل نفسه واللعبة والتحديات، وكل الافتراضات التي يتم تبنيها ضمنياً دون الإعلان الواضح عنها (عدم الادراك بدخول اللعبة أو ممارسة اللعب في بعض الأحيان) وكل طرف يشارك في الصراع يساهم في إعادة إنتاج اللعبة وفي إنتاج الايمان بقيمة التحديات[13].

الهابيتوس وعلاقته بالحقل

يطرح بورديو مفهوم الهابيتوس "نسق من الاستعدادات الدائمة" إذ يَعتبر أن الفرد يتشكل لا شعورياً في فضاءه الاجتماعي عبر الزمن والتنشئة والأوضاع الاجتماعية ضمن إطار واسع من الإشارات والدلالات والرموز والمعاني والتصورات التي تتفاعل لتشكل شخصية الفرد وجدانياً وسلوكياً وتحدد طباعه ونظرته إلى العالم وفق حتمية لاشعورية وبالتالي يعتبر الهابيتوس محرك الذهن والسلوك للأفراد، لكن البشر غير مبرمجين بشكل آلي مما يدفع أفعالهم لأن تكون بمثابة توريط "implications[14] " حتمي لمفاعيل التنشئة، وانما الممارسة تكون نتيجة العلاقة "الغير الواعية [15]" بين الهابيتوس والحقل والتي يطرحها بورديو على شكل معادلة كالتالي:

---

[12]المصدر السابق، ص 322
[13]المصدر السابق، ص185
[14]Implications يتم استخدامها بمعنى توريط أو تخريج
[15] “an unconscious relationship”

الممارسة = [(الهابيتوس)(الرساميل)] +الحقل[16]

وللتوضيح تترجم المعادلة تحليليا، بأن الممارسة هي حصيلة العلاقات بين الهابيتوس الخاص بالفاعل وموقعه في حقل ما (الموقع المستمد من مراكمة الرساميل)، ضمن وضعية اللعب السائدة في هذا الملعب الاجتماعي(الحقل).وهذا التداخل بين المكونات الثلاث (الحقل، الهابيتوس، ورأس المال) يبين لنا "العلاقة الملتبسة[17]" كعلاقة مشترطة وعلاقة بناء معرفي اذ يقوم الهابيتوس بإنتاج ومأسسة فهم الفاعلين لأنفسهم وحيواتهم ووهب الحقل معناه وفي المقابل الحقل يشرط الهابيتوس (لان الحقل جزء من الواقع المعاش) بالتالي يساهم في تشكل الهابيتوس الخاص بالأفراد[18]، والهابيتوس كونه مولد الأفكار والادراكات والافعال سينتج للفاعل ما هو ملائم بمنطق الحقل الذي يلعب فيه.

صناعة الذائقة

يأتي الاستهلاك مدفوعا بحاجة المجموعات الاجتماعية لتحقيق المكانة من خلال اشكال التمييز التي تدعم المواقع الطبقية وتعتبر الاحكام الذوقية والمتجذرة في الهابيتوس مؤشراً دالاً على الطبقة الاجتماعية وترتبط بالقدرة التراتبية على تملك الرساميل[19]، والاستهلاك مرتبط أيضا بتشكل الاذواق، ففي حقل مثل "حقل الاستهلاك لا يمكن ان يشتغل دون ان يعتمد على اذواق موجودة[20]"، والتي تحدد وفق الهابيتوس الخاص

---

[16] [(Habitus) (capital)] + Field = practice

[17]ينعتها بورديو أيضا بعلاقة التواطئ الانطولوجي "ontological complicity"

[18]Grenfell .Michael, Pierre Bourdieu: Key Concepts *"Habitus by Karl Maton"* 2nd Edition, Acumen Publishing, London (2012), p51-52

[19] سكوت. جون تر. محمد عثمان. علم الاجتماع المفاهيم الأساسية. بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، (2009)، ص39

[20]Bourdieu, Pierre Translated by Richard Nice, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. Cambridge, MA: Harvard University Press. ,(1984)p 230

بالفرد او المجموعة، وبالتالي الفاعلين الذين يشغلون مناصب مماثلة، ويلعبون في ظروف مماثلة، ستكون الفرصة أكبر لان يكون لهم ميول ونزعات واهتمامات مماثلة وسينتجون مواقف وممارسات متماثلة[21].

ذكر بورديو انه لكي يكون هناك أذواق، يجب ان تكون هناك أولا سلع، مُصنفة، ذات ذوق (جيد أو رديء) (مميزة أو سوقية)، وفي الوقت ذاته تُصنّف تراتبياً، وثانيا وجود أشخاص يملكون مبادئ التصنيف والأذواق، تتيح لهم أن يميزوا من بين هذه السلع تلك التي تلائمهم (تلائم أذواقهم)[22]، فيمكن أن يكون هناك ذوق من دون سلع (ذوق بمعنى مبدأ تصنيف ومبدأ فصل وقدرة على التمييز)، وربما تكون لدينا أيضاً حالات حيث السلع لن تجد "مستهلكين" يجدونها على ذوقهم. ومثال على هذه السلع التي تسبق ذوق المستهلكين الفن التشكيلي أو الموسيقى الطليعية التي لا تحظى بأذواق الفاعلين إلا لربما بعد زمن طويل من إنتاجها وأحياناً حتى بعد موت المنتج[23]. وهذا يطرح مسألة التيقن ما إذا كانت السلع التي تسبق هذه الأذواق [24]تُسهم في تشكيلها، كما يطرح مسألة أثر تحقيق ذوق مُعين (ذوق الفنان في صيغة سلع) .

بالتالي الأذواق المتفق على أنها تحمل الممارسات وممتلكات شخص ما أو مجموعة معينة هي نتاج لقاء بين سلع وذوق، حينما يقول أحدهم (بيتي على ذوقي) فهو يخبر انه وجد البيت الذي يلائم ذوقه، ولا يقف الامر عند هذه السلع فحسب، حيث أدخل بورديو "جميع الأشياء والأذواق النخبوية" مثل موضوعات الصداقة

[21]Bourdieu. Pierre, Language and Symbolic Power, p 231

[22]بورديو، بيير، مسائل في علم الاجتماع، ص 261
[23]المصدر السابق، ص 261-262
[24]بالتأكيد باستثناء ذوق المنتج، حيث قام بإنتاجها وفق ذائقته.

والاستلطاف، في هذا المجال وهذا مفاده أن يقول أحدهم أصدقائي على ذوقي، أو امارس التمارين الرياضية في المكان الذي يتلاءم مع ذوقي[25] وهكذا.

ولفهم إلى أي حد يمكن للسلعة، التي هي تحقيق لذوق خاص بفاعل ما، أن تُعبر عن ذوقه الذي يُرى من خلالها، يطرح بورديو مثال النبي اذ لا يحمل شيئاً؛ فهو لا يوعظ إلا مقتنعين (العظة بمعنى سلعة "عرض")، لكن وعظ المقتنعين (لديهم طلب) هو أيضاً فعل وتحقيق لهذه العملية الاجتماعية واللقاء بين ما هو مموضع مُسبقاً وانتظار ضمني، بين لغة واستعدادات لا توجد إلا في الحالة العملية. بالتالي الأذواق هي نتاج هذا اللقاء بين قصتين الواحدة في حالة مموضعة والأخرى في حالة مُدمجة، فاكتشاف شيء يتلاءم مع ذوق الفرد، يعني اكتشاف ما يريد (ما كان يريد) ان يقول لكن لم يعرف كيف يقوله، ففي اللقاء بين العمل الفني والمستهلك–جدلا– ثمة طرف ثالث هو الشخص الذي أنتج العمل والذي أنجز شيئاً على ذوقه بفضل قدرته على ترجمة او تحويل ذوقه الى سلعة أو شيء مرئي فالفنان هو صاحب الاختصاص في الوضعنة أو القائم على التحويل من الضمني(الذوق، الشعور) إلى البيّن(شيء ملموس)، وإن علاقة الشخص الذي يوضعن الذوق إزاء نتاج وضعنته هي علاقة المستهلك نفسها إذ يمكن أن يجده أو لا يجده على ذوقه(صناعة الذائقة)، لكن يُعترف له بالكفاءة اللازمة لوضعنة ذوق ما–يمنح شرعية التعبير– فالفنان سيُعترف به كفنان من خلال التعرف على ذاتنا في أعماله وبالتعرّف على ما كنا سنفعله لو كنا نجيد ذلك[26]، وحمى القول ان الاذواق نتجت عن طريق التقاء انتاجات(اسقاطات) شخص ما و ذوق مستهلكين، ولا يمكن اقصاء دور الهابيتوس في ذلك، ويستطيع المُنتج ان يستشعر احتياجات المستهلكين التي بالكاد تبلورت ويكون الأسبق

---

[25] بورديو، بيير، مسائل في علم الاجتماع، ص 262

[26] المصدر السابق، ص 263-264

وان يجني اعلى أرباح ممكنة. وبالتأكيد هناك تسابق بين الافراد على الطلب أو على استحواذ السلع بالذات النادرة فمثلا يزداد الطلب على السلع الثقافية "الشواهد الجامعية" التي تعتبر كألقاب نبالة بالتالي تحث حامليها على سبيل المثال على الارتياد الى المتاحف وقراءة الصحف، ويمكن اعتبارها بمثابة توجيهات لصناعة الذائقة أيضا لتصبح جزءا من نسق الاستعدادات الخاصة بالفرد.

اذن فالفضاء الاجتماعي رحب وعبارة عن حقول متنوعة يتصارع الفاعلين داخلها من اجل مراكمة رساميل معينة وتحقيق رهانات أخرى كالسلطة، سواء في الحقول الاقتصادية، السياسية، الأدبية (الخ) وأحد الحقول الخاصة (بالمعنى الامبريقي) التي تلامس حقول الإنتاج والاستهلاك، أي يتواجد فيها الافراد بشكل يومي مثل فضاءات التعايش التي توسم بـ "الأماكن الثالثة"، وسوف يتم استحضار هذا المفهوم وفهم خصائص المكان الثالث والتي بالأساس سيتم استخدامها لفهم المقهى وميزاته التي تمثل رساميل نوعية وفق المنطق البورديزياني.

المكان الثالث: Third places

يقدم راي أولدنبورغ (Ray Oldenburg) مفهوم "المكان الثالث" كمكان آخر غير البيت والعمل فكلاً من المنزل ومكان العمل تعتبر بمثابة عوالم صغيرة نسبيا وكلاهما قيدت الفرد بأدوار اجتماعية، وبكلمات أخرى رسخت حياة العديد من الافراد، لكنها لم تكن كافية لتنمية المجتمع وتوسيع نطاق الفرد، بالتالي كانت الحاجة لظهور المكان الثالث حيث الفاعلين فيه من شتى الخلفيات[27]، يعتبر اولدنبورغ الأمكنة الثالثة انها "الأماكن

---

[27]Tjora. Aksel and others, Café Society, "*The Café as a Third Places by Ray Oldenburg",* Palgrave Macmillan, United States, 2013, p8

وهي تسمية[28]"the core settings of informal public life – الجوهرية في الحياة العامة غير الرسمية عامة لمجموعة كبيرة ومتنوعة من الأماكن العامة التي يتم فيها الاجتماع أو الالتقاء أو تضم جماعات متنوعة سواء منتظمة أو طوعية وغير رسمية عبر لقاءات عادية مريحة للأفراد خارج نواحي المنزل والعمل، بالتالي يأخذ "المكان الثالث" مكانته من فكرة أن الحياة اليومية إذا كان لابد لها أن تكون مريحة ومُرضية يجب ان يتحقق التوازن في ثلاث حقول او ثلاثة عوالم وهي البيت والعمل والحياة الاجتماعية [29]، وحدد أولدنبورغ أن الأماكن التي تعتبر مكاناً ثالثاً لها خصائص متماثله الى حد ما، حيث يجملها في ثمانية خصائص.

أولا: "المحايدة أو الحيادية" (Neutral ground) ويقصد ضرورة وجود أماكن يستطيع الافراد أن يأتوا ويذهبوا اليها كما يشاؤون، دون وسيط كما هو الحال في العمل أو كما هو الحال تماما في منطقة السكن إذا لم يكن هناك "أرض محايدة" في الأحياء التي يعيش فيها الناس سوف يسلب عدم وجودها أي فرص لتقوية العلاقة أو ربما ان الجيران قد يعيشوا لفترة طويلة دون أن يلتقوا أبدا(هذا الحال الذي سيبدو اكثر وضوحا في الأعوام القادمة في مدينة رام الله في ظل الضواحي والاحياء الجديدة)، فوجود هذا المكان المحايد يتيح الفرص للقاءات غير الرسمية وحتى اللقاءات الحميمية، أفضل من سواها في أي مكان اخر كالمنزل، وكونه مكان محايد فهو بمعزل عن الطبقات والرتب الاجتماعية التي تاريخياً قسمت الفاعلين[30].

---

[28] Oldenburg .Ray, (1999), The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community–3rd edition, Marlowe &company –New York .p16

[29] المصدر السابق.p14. daily life, in order to be relaxed and fulfilling, must find its balance in three realms of experience": 1) home; 2) work; and 3) social life (p. 14)

[30] Oldenburg .Ray, The Great Good Place, p 22-23

ثانيا: (The Third Place Is a Leveler) ينعت راي أولدنبورغ المقاهي بصفة "الليفيلر" تيمنا بالحزب اليساري "the Levellers" أبان الحرب الأهلية الإنجليزية الذي أكد على السيادة الشعبية ضمن مطالبه، والمساواة أمام القانون، والتسامح الديني، وبالتالي هدف الحزب إلى إلغاء جميع الاختلافات في المواقف أو الرتبة التي كانت موجودة بين الناس[31].

في منتصف القرن السابع عشر، أخذ هذا المصطلح ليتم استخدامه أكثر على نطاق واسع في إنجلترا، في إشارة إلى أي شيء تحتم فيه المساواة وعلى سبيل المثال المقاهي التي أنشئت حديثا في تلك الفترة، فبالتالي المكان الذي يأخذ طابع المساواة سيكون بحكم طبيعته مكان شامل ويضم جميع الفئات. ويمكن الوصول إليه من قبل عامة الشعب بسهولة، ولا يتم وضع معايير للعضوية والإقصاء فيه، وإن كان هنالك توجه عند بعض الأشخاص لاختيار اصدقائهم أو مقربيهم من الطبقات او الرتب الاجتماعية الأقرب إليهم، فإن المكان الثالث يفتح المجال لتوسيع الإمكانيات وبالتالي يعمل على توسيع الإمكانيات أو النطاق، في حين أن الجمعيات الرسمية –مؤسسات العمل–تميل إلى تضييقها وحصرها[32].

وبناءً على ذلك يتم قبول الفاعلين في هذا المكان "الفضاء" فقط لأنفسهم وفقا لشروط لا تخضع لتقلبات الحياة السياسية أو الاقتصادية، ناهيك على أن هذه الأمكنة تمكن الفرد بأن يعرف زملاءه في جوانب مختلفة وأكمَل مما هو ممكن في مكان العمل (الذي يجمعهم لنفس الهدف) وبالتالي المكان الثالث يفتح المجال "للمؤانسة النقية" بمفهوم (جورج سميل) بمعنى المناسبة أو الفرصة التي تسمح للناس بأن يلتقوا دون أن يكون

---

[31]Ibid, p23

[32]ibid, p24

هناك هدف سوى الفرح، والمرح، والراحة وهذا يسمح للأشخاص بأن يكونوا على طبيعتهم بعيدا عن الأدوار الاجتماعية او الرسمية[33].

ثالثا: الأحاديث هي النشاط الطاغي"Conversation Is the Main Activity" في هذه الأماكن بالتأكيد ليس هو النشاط الوحيد لكنه النشاط الرئيسي حيث تمتاز الأحاديث باللهجة المرحة غير الرسمية تحمل روح الدعابة والطرفة، والأحاديث تطغى على هذا المكان ليس لأن المجتمعين "متحدثين–بالمعنى البليغ" أو انهم متحدثين رائعين وانما بسبب وجود ثلاثة عوامل تساهم في هذا الفعل أولا، كونه مكان تملأه الرحابة وبالتالي الأفق مفتوح امام الفاعلين لتناول أي موضوع في سياق الحديث او النقاش في أي موضوع يطرح. ثانيا، الفاعلين في الفضاء "المكان الثالث" يأتون من خلفيات مختلفة ومن طبيعة عمل مختلفة الامر الذي يجعل الأحاديث تختلف عن الأحاديث الأخرى في مكان العمل وقد تلقى اهتمام أكثر من أحاديث العمل الروتينية. ثالثا، غالبا الأحاديث تتم ضمن مجموعات من ثلاثة الى ستة أشخاص أو أكثر بالتالي يجب على كل مرء الانتظار لأجراء محادثته او مداخلته ضمن السجال، الامر الذي يستغرق معظم الوقت[34].

رابعا: سهولة الوصول والتكيف حيث تكون هذه الأماكن مفتوحة ويمكن الوصول اليها بسهولة وتوفر رغبات روادها بحيث يشعر الرواد بأنه تم تلبية كل حاجياتهم، فمعظم الأماكن الثالثة متواضعة او بسيطة، وسهلة الوصول، –أي وفق الفهم البورديزياني لا يلزم الفاعل رساميل كثيرة للدخول اليها، فالممارسة منوطة برأسمال

[33]Oldenburg .Ray, The Great Good Place, p24

[34]Tjora. Aksel and others, Café Society, “The Café as a Third Places by Ray Oldenburg”, p10

مادي بسيط جدا–فمطارحة أولدنبورغ ان الدخول الى المكان الثالث يتم من خلال أسعار معقولة جدا لسعر فنجان من القهوة أو كوب من النبيذ أو البيرة[35].

خامسا: هذه الأماكن تضم "Regulars" او اشخاص ملتزمين تجاه المكان ومواظبين على الذهاب اليه– أعتقد يتم تسميتهم بلغة الاقتصاد loyal customers–وكل شخص ملتزم ومواظب في مقهى ما؛ كان يوماً ما وافداً جديداً، وعملية قبوله جعلت منه ملتزماً تجاه المكان، وهؤلاء "هم الذين يمنحون المكان طابعه او هويته من خلال ممارساتهم ومرحهم وأحاديثهم ويُضفون "طابع العيش المشترك" على المكان أكثر من دور الإدارة او المالك[36].

سادسا: التصرف بطريقة لا تلفت النظر او ما يسميها اولدنبورغ ناعتا المكان "a low profile"، فكل مكان او مقهى على سبيل المثال له "شخصيته، طابعه، هويته" التي تعكس مواقف او اذواق معينة او حتى يمكن ان ينظر له انه يعكس او يروّج لأنواع معينة من أنماط السلوك او أنماط الحياة [37]وبما انه يستقبل افراد من رتب اجتماعية مختلفة، إلا أن سلوكهم متوازن مع سلوك الآخرين المتخيل لديهم، بالتالي فالسلوك الأمثل لهم في المكان الثالث ونحوه ان يكونوا بكل بساطة كما هو متوقع منهم.

سابعا: إن الأماكن الثالثة تمتاز بطابع مرح ينتشر في المكان حيث تبدو الأحاديث بعيدة عن الجدية وتميل للمزاح والهرج ويكون المجال أوسع لتبادل الطرف على حساب الأحاديث الجدية[38].

35Ibid

36ibid

37Tjora. Aksel and others, Café Society, *"The Cafe Community by Ida Marie Henriksen, and others,* Palgrave Macmillan, United States, 2013, p94-95

38Oldenburg .Ray, The Great Good Place.p36-37

ثامنا: المكان الثالث كما لو كان بيتاً "a home away from home" حيث تشعر في هذا المكان بالارتياح كما لو كنت في بيتك، على الرغم من وجود اختلافات بين المكان الثالث والبيت بحيث ان الأول مكان عام والاخر مكان خاص، الأمكنة الثالثة على الاغلب أماكن للاستضافة وفي معظم الأحيان تكون لمجموعات من نفس الجنس او العمر "للرجال فقط-كمثال-" اما البيت فالعلاقات الاجتماعية داخله مغايرة، والبيت يتم فيه العديد من الأنشطة والأكثر بكثير مما تتم في المكان الثالث[39]، مع ذلك هناك بعض الامور فمثلا "من الاعتيادي حينما يتغيب أحد افراد المجموعة عن الظهور او الذهاب للمقهى ليومين متتالين أن يقوم أحدهم لزيارته للاطمئنان عليه[40]" او الاتصال به، وذلك بسبب "الجو العائلي" فالمكان الثالث الذي يوفر هذا الفضاء المادي ويربط حركة ذهاب الفاعلين منه واليه، والبعض يذهب اليه في أوقات معلومة للآخرين وبإمكانهم بسهولة تمييز الوجوه المألوفة والجديدة او من هو غائب.

فوائد الأمكنة الثالثة

المكان الثالث يخدم الافراد والجماعات بطرق متنوعة غير مفهومة على نطاق واسع، فالمكان الثالث يساعد على توحيد الأحياء، ويعتبر بمثابة ميناء دخول للزوار والقادمين الجدد للأحياء، وعمل على جمع الشباب والكبار مع بعضهم البعض في نفس المكان، وتعزيز النقاش السياسي، ويوفر جو من التسلية، ويهيئ لنشوء او تواصل مجموعات من الصداقات، ويعتبر ملاذاً او مكاناً مناسباً للأشخاص المتقاعدين[41]، وبالطبع ان كل مكان ثالث له خصوصية ما، فيشير راي ان الكتب قد تكون رفيق جيد في المقاهي "الكافيهات" بخلاف

[39]ibid.p38-40

[40]Tjora. Aksel and others, Café Society, “The Café as a Third Places by Ray Oldenburg”, p17

[41]Oldenburg.Ray, “Our Vanishing “Third Places””, Planning Commissioners Journal 25,(1997) p 6–10

الحانات التي لا يناسبها ذلك فهذه خصوصية معينة قد تراها في اماكن ثالثة أخرى مثل "صالون التجميل" لكن ليس في النادي الرياضي.

من فوائد الأمكنة الثالثة انها "Unify the Neighborhood" تعمل بصورة ما على توحيد الجوار من خلال استقبالها الفاعلين من الخلفيات المتنوعة، على سبيل المثال المقاهي في المدينة تكون محاطة بالمؤسسات او الشركات فعندما تفتح أبوابها قبل أي مؤسسة أخرى وتغلقها بعد أي مؤسسة أخرى فبالتالي المجال المفتوح في تلك الفترة للالتقاء لكل الفاعلين او الموظفين من الشركات المختلفة وتكوين المعارف، وهي بالتالي تكون بمثابة منتديات فكرية "Intellectual Forum" بالإضافة انها تضفي شيئا من الديمقراطية حيث المجال مفتوح للنقاش والاخذ بكل الآراء والحوارات بين المنتمين لأحزاب سياسية مختلفة داخل الفضاء[42].

تشكل الأمكنة الثالثة مرفأ او معبر للدخول "A Port of Entry" فعلى سبيل المثال عند وفود ساكن جديد لحي ما فمكان الالتقاء الأول له او المكان الذي من خلاله سيتعرف على المحيط والجيران هو المكان الثالث، ويمثل الأخير أيضا ما يمكن تسميته بـ"A Staging Area" بالتالي يوفر حيزا للحشد في بعض الأوقات مثل أوقات الطوارئ، كما انه يقدم "Mutual Aid Societies" فهو مكان مناسب لتقديم العون فعلى سبيل المثال الأشخاص النظاميين يعرفون معظم الرواد الاخرين وهذا بالتالي يفيد في العديد من الأمور ففي حين احتاج احد الرواد لأي حرفي (نجار، عامل صيانة ..الخ) يمكنه انه يجده في المقهى او عن طريق الأشخاص النظاميين "المواظبين" أو من خلال تكوين الشبكات الاجتماعية، بمعنى اخر حدوث "المنفعة" وفق

[42] Tjora. Aksel and others, Café Society, "The Café as a Third Places by Ray Oldenburg" , p11 and p15

تحليل نظرية التبادل الاجتماعي[43]، الامر الذي قد يوفر بعض التكاليف سواء في البحث او من ناحية الثمن، في حال كان هذا الحرفي على علاقة جيدة مع احد الاشخاص ضمن شبكة المعارف [44].

تساهم في إضفاء الحياة على المجال العام"Adding Life to the Public Domain" عند الحديث عن المدن الكبرى حيث بدأ يُسمح للقطاع الخاص والعوالم الخاصة بالتَمَجلُس في الفضاء العام مثل "مقاهي الأرصفة" وهذا التسهيل ليس فقط عن طريق تسهيل الترخيص وانما من خلال استبدال الخطاب الصحي السابق "الحريص على عدم تلوث الطعام على الشارع، الحماية من الغبار، ومن الحشرات" و استبداله بخطاب سلطوي جديد من اجل تحقيق الربح على المستوى المادي وادعاء الرفاهية والحرية[45]، وهذا في جوهره يتماشى مع ما تسميه جين جاكوب "عين على الشارع" او "eyes upon the streets" حيث وجدت ان الجرائم تقل في الأماكن التي فيها عدد كبير من الحركة وسير المواطنين، وهذا يتوافق مع ما يسميه راي "المراقبة الطبيعية" او الحماية الطبيعية التي تتم من خلال المكان نفسه فلا حاجة لتواجد عناصر الشرطة كون المارين انفسهم يجعلوا من الشوارع امنة، فما بالك بوجود مقهى يقدم حماية غير واعية لزبائنه[46]،من خلال سلطة المكان وتنظيمه لقواعد السلوك داخله.

المقهى يعتبر مكاناَ ثالثا بامتياز وفق تجربة أولدنبورغ اذ اعتبر ان أكثر الأماكن الثالثة وضوحا هي التي تقدم خدمات مرتبطة بالطعام مثل المطاعم والمقاهي، والاخيرة كان لها دور ذو شأن في الحيز العام حيث أورد هابرماس ان المقاهي والصالونات الأدبية لعبت دورا محددا في إنالة العمومية لمبتغاها (كعموم يستخدم

---

[43]يمكنك الاطلاع على بيتر بلاو في "التبادل والقوة في الحياة الاجتماعية"، وجورج هومانز في "السلوك الاجتماعي" كمراجع لنظرية التبادل الاجتماعي.

[44]Tjora. Aksel and others, Café Society, “The Café as a Third Places by Ray Oldenburg”, p15-17

[45]Ibid, p18-19

[46] انظرJacobs. jane, The Death and Life of Great American Cities, Random House, new York,1961

العقل)حيث كانت مهد للبرجوازية الناشئة بعد وعيها بذاتها كطبقة فعملت على ترسيم استراتيجية خاصة بها حول السلطة بعد انحسار فضاء "العمومية التمثيلي"(publicity of representation) المرتبطة بالكنيسة والبلاط الملكي–في إنجلترا على وجه الخصوص–، وعهد البرجوازيين لوضع قواعد قائمة على النقاش والحوار الذي وجد طريقه للمقاهي والصالونات حيث تشكلت فئة الانتلجنسيا لتصبح المقاهي مكانا للأدب والحوار[47].كما أن المقاهي اثرت بشكل حيوي في الطبقة الوسطى والحياة البوهيمية في فرنسا وعملت على تعبئة البروليتارية الثورية ولعبت دوراً أصيلاً في اشراك النساء في الحياة السياسية حيث كان وجودها سابقا في المقهى مرتبط بالجنس[48].

هذا التقديم على المستوى النظري يقودنا الى سرد المفاهيم الأساسية للدراسة، وطرح الإشكالية في ضوء ما اجري من دراسات سابقة في ذات الموضوع، لكن قبل ذلك أود الإشارة الى ان الإطار التحليلي كان بمثابة خط ناظم لمسيرة البحث، علما ان هناك جزئيات أخرى في الفصل الثالث سيتم نقاشها بالاستناد الى نظم تحليلية إضافية للتي تم تقديمها، كون تلك الجزئيات مرتبط بالسيميائيات الامر الذي يستوجب تقديم فهم سيميولوجي–سيسيولوجي ولإيضاح ضروب التحليل.

---

[47]Habermas. Jürgen, translated by Thomas Burger, The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society, The MIT Press, Cambridge, 1991, p30, p174-175

[48]Haine, W.Scott. The World of the Paris Café: Sociability among the French Working Class, 1789–1914, The Johns Hopkins University Press, 1996, p180-p186

مفاهيم الدراسة:

يتم توضيح بعض المفاهيم الأساسية التي استخدمت في الدراسة

الحقل أو المجال (field،la champ)

تم استخدام مفهوم الحقل استنادا لنظرية بيير بورديو حيث استخدمه كأداة لفهم النشاطات الاجتماعية كنسق بنائي من القوى الموضوعية، وتَشكُّل علائقي له جاذبيته الخاصة، وبإمكانه أن يفرضها على كل الموضوعات والفاعلين الذين يدخلونه، بحيث يتكون من مجموعة علاقات موضوعية وتاريخية بين أوضاع تقوم على بعض أشكال الرساميل الامر الذي يجعله فضاء لعبة للصراع والتدافع والهيمنة.

المقهى:

المقهى أو كوفي شوب أو كافيه يعبر عنه في هذه الدراسة بنحو أنه مكان عام يرتاده الأشخاص لممارسة العديد من الطقوس كتناول الشراب والطعام أو النارجيلة، أو اللقاء وتبادل الحديث ولأغراض أخرى، معجم اوكسفورد يوضح فرق هام بين الـ Café باعتباره مطعم صغير يقدم المشروبات والوجبات الخفيفة، أما الكفاتيريا Cafeteria فهي مطعم يقوم على الخدمة الذاتية[49].

الحقل الكافيستي:

هناك أنماط وأصناف ومسميات عديدة للمقاهي في الفضاء المديني مثل (مقهى، كوفيشوب، كافيه، مطعم rest and café، restaurant، coffeehouse، coffee shop،Café) فتوخياً للسهولة قمت بتسمية هذا الحقل الكبير الذي يقدم خدمة تناول الشراب والطعام (فضاءات الشراب والطعام) بـ"الحقل الكافيستي"،

---

[49] Oxford Word power, oxford university press ,1999 ,p 100

وهذا المسمى يتم استخدامه في هذه الدراسة فقط كتعريف اجرائي لتلك الفضاءات حيث استندت في هذا التعريف على اسناد كلمة "ista"[50] الى كلمة"cafe"، فمثلا نقول للرجل الذي يمتهن العمل في البارات والكافيهات"barista"، وأكرر أن هذه التسمية فقط لغرض السهولة وقد لا تكون مقبولة في أي إطار آخر.

الفضاء:

تم استخدام مصطلح الفضاء للدلالة على الأمكنة بشكلها الملموس مثل المقاهي والمطاعم وغيرها، فمثلا يتم استخدام "فضاء المقهى" أي هذا الكل أو المكان المركب من الحيز المادي وما يتم فيه من علاقات وممارسات.

المكان الثالث (Third places):

مفهوم مستمد من ظهور الثورة الصناعية التي وضعت مسافة كبيرة بين المنزل (في المقام الأول) ومكان العمل (المركز الثاني) سواء من حيث الفصل المادي والاجتماعي[51]، الامر الذي استدعى وجود فضاء او مكان ثالث يتجلى في العديد من الفضاءات مثل النوادي، والمقاهي والبارات والحانات والمطاعم ومراكز التسوق والمحلات والمراكز التجارية والأسواق، وصالونات الحلاقة، وصالونات التجميل ومراكز الترفيه، ودور السينما والكنائس والمدارس والكليات والجامعات والنوادي والمنظمات والمكتبات والحدائق العامة وأماكن أخرى.

---

[50] انظر قاموس كامبردج، http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ista

[51] Tjora. Aksel and others, Café Society,p7

الرساميل، رأس المال (Forms of Capital)

قد يحمل مصطلح الرأسمال دلالة اقتصادية (مثل امتلاك ثروات مادية أو مالية)، لكن بورديو يأخذ المفهوم لأوسع من ذلك لكي يدلل على مجموعة من الرساميل –كصيغة جمع–مهمة في التكوين الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية وتلعب دورا مهمّا أيضا في الديناميكية الاجتماعية، هذه الرساميل تتخذ اشكال ثقافية واقتصادية واجتماعية ورمزية مثل (الصداقات والمعارف، الأموال، اتقان اللغات، اقتناء اللوحات الفنية، "الخ")، وتم استخدامه في الدراسة بنفس الدلالة.

الهابيتوس(Habitus):

هناك ترجمات عديدة لهذا المصطلح مثل (الابيتوس، السجية، التطبع، السمت، الخلقة، الملكة) وتم استخدامه في البحث تحت مسمى "هابيتوس" باعتباره نسق من الاستعدادات المكتسبة والقابلة للنقل والتي تحدد سلوك الافراد ونظرتهم إلى أنفسهم وإلى العالم الذي يحيوا فيه وتشكيل منطق رؤيتهم للعالم، ومحرك لممارساتهم اليومية، وبالتالي كل فرد يملك تمثلات حول الواقع الاجتماعي المحيط به ويستمد من الهابيتوس خاصته التفسيرات التي يتم اعتبارها مقبولة أو مرفوضة.

ثغرة بحثية في الدراسات السابقة

لتكوين فكرة حول الدراسات السابقة قمت بالاطلاع على العديد من الادبيات التي تناولت موضوع فضاءات الطعام والمقاهي حيث كانت الادبيات على مستويات ثلاث عالميا وعربيا وفلسطينيا. وتبين أنه تم فحص المقاهي أو دراستها –عالميا–في مجالات متعددة من الناحية الاقتصادية–الاستثمارية والسياحية والصحية والنفسية (الخ)، لذلك ارتأيت أن أقوم بمراجعة بعض الدراسات العربية والفلسطينية وفق لشرط أساسي وهو حداثتها وكونها قريبة من غرض هذه الدراسة.

أنا ازعم ان المقاهي لم يتم دراستها وفق نظرية الحقل وهو المسوّغ لكي أجري هذا البحث، فبالرجوع الى العديد من الدراسات لم أجد دراسة قد تناولت المقهى استناداً على منطق الحقل أو حاولت الكشف عن مواطن القوى داخله، ووفقا لقدراتي المعرفية والبحثية المحدودة؛ لا أدعي انها المحاولة الأولى لدراسة هذا الحقل ولكن للمجتمع الفلسطيني خصوصيته الاستعمارية التي لطالما فتحت مجالا لمحاولات التطبيق أو التحري.

فتم الرجوع لبعض الدراسات التي تناولت المقهى من حيث التغيرات التي طرأت عليه وتحول وظيفته ضمن النسق العام –اي من مكان لاحتساء القهوة وتحوله الى فضاء اخر للالتقاء والجدل السياسي والاجتماعي–، ودراسات اخرى تحاول ان تقدم قراءات لفكرة النارجيلة و"مقاهي الانترنت"[52]، فمعظم الدراسات التي تم الرجوع اليها تركز على التغيرات التي طرأت على هذا الفضاء من خلال تقديم مقارنة حول طبيعة الزبائن والاسعار ونوع المشروبات والاطعمة التي كانت تقدم في السابق واصبحت تقدم لاحقا[53]،ولكن معظمها لا يناقش مواضِع التغيير وانما يكتفي بوصف المقهى كظاهرة تستجلب أنماط معولمة من الاستهلاك.

فلسطينيا هناك دراسات اهتمت بجانب اخر مثل مدى جودة الأغذية وسلامتها في المطاعم حيث درس البحث كل من صالة الطعام والاضاءة والمنطقة الخاصة بالموظفين من الناحية الصحية فقط "المطاعم التي لا تتوفر بها الإضاءة المناسبة هذا يؤثر بدوره على جودة تحضير الأطعمة" فهدفها فهم منظومة السلامة وصحة الطعام ومدى الالتزام به خوفا من تلوث الطعام ومن اهم النتائج التي خلصت اليها تلك الدراسة ان

---

[52]الدغفق.هدى وآخرون، هيئة التحرير .المقهى المعاصر في المدينة العربية : الزبائن، المقاعد، الأحاديث حتى القهوة تغيرت .مجلة القافلة – شركة أرامكو – السعودية ، مج56 ،عدد1،2007 (عبارة عن مجموعة دراسات أجريت في مقاهي كل من السعودية وبيروت والقاهرة والمغرب)

[53]Kaduskar.Sharmila, and others, Evaluating the work of a community cafe in a town in the South East of England:reflections on methods, process and results, Health Education Journal,58:341.1999

النقص في البنية التحتية وعدم التزام الموظفين بالعديد من القوانين وممارستهم بعض السلوكيات غير السليمة ينعكس بوضوح على جودة الأطعمة ومدى تلوث الطعام [54].

إحدى الدراسات السيميولوجية وجد الباحث أن المقاهي ترتبط بالحالة النفسية للمتلقي وتحاول أن تجعله يتحمل الإحباط الذي قد يشعر به وتحاول أن تمارس التطهير عليه حيث توفر له فضاء مغايرا ينقذه من الفضاء الرتيب الذي قد يعيش فيه، وذلك من خلال بلاغة المقهى أو تفننها في نسج ديكورات وفضاءات الحلم الجميل وهي بالتالي تساعد على التفريغ والتنفيس وتفريغ الشحنة العاطفية ذات الطبيعة المؤلمة، من خلال وضعية تثار فيها الوجدانيات لدرجة تزول معها الضوابط الواعية ، في حالة من المشاركة الوجدانية بين الشخص الذي يعاني وآخرين يتعاطفون معه، كما أن أسماء المقاهي تحيل على التعدد الثقافي واللغوي داخل المجتمع المغربي والانفتاح على الثقافات الأخرى الفرنسية والإنجليزية وغيرها و تشجع على الانفلات الزماني والمكاني، كما انها تعبر عن أفق انتظار الإنسان المغربي" الحلم الأوروبي بالهجرة" ولها إحالات تجمع بين الأصالة والمعاصرة وبين معالم التراث المحلي والمرجعية العالمية، كما انها فضاءات تشتغل كمتنفس اجتماعي ونفسي يعمل على نقل المتلقي لنسيان مشاكله وتفريغ معاناته الوجدانية والعاطفية وتلطيف الواقع النفسي والاجتماعي وجعله محتملا[55].

وهناك دراسة أخيرة قمت بالاستناد عليها كونها تناولت اثنان من المقاهِ، قمت بأخذهما ضمن العينة، وهذه الدراسة كان مغزاها، فهم العلاقة بين الانسان والمكان وبالتالي الكشف عن أهمية المقاهي الشعبية ودورها تجاه الشباب، حيث وجد الباحث ان للمقاهي الشعبية دورا مهما في البناء الاجتماعي يتجلى في كونها نقطة

---

[54] الخطيب عصام، وسوزان متوالي، واقع المطاعم في محافظة رام الله والبيرة ومدى سلامة الأغذية وجودتها فيها، معهد الصحة العامة والمجتمعية، جامعة بيرزيت –فلسطين 2006

[55] فخر الدين. محمد، قراءة سيميائية في دلالة أسماء المقاهي بالمغرب، أخبار بلادي 2011، نقلا عن مغلس http://www.maghress.com/khbarbladi

التقاء ومتنفس حر –مقابل البيت–، ووجه القصور في هذه الدراسة كونها ركزت فقط على المقاهي الشعبية الذكورية[56].

الاشكالية

"يَفترّض العلم الذي يدرس الأعمال الثقافية ثلاث عمليات ضرورية كما هي بالضرورة مترابطة مثل المستويات الثلاثة للواقع الاجتماعي التي تتفهمها: أولاً تحليل موقع المجال الأدبي (الخ)[57] داخل مجال السلطة، وتطوره خلال الزمن، وفى المحل الثاني تحليل البنية الداخلية للمجال الأدبي (..الخ)، وهو عالم يخضع لقوانين سيرورته وتحوله الخاصة، أي بنية العلاقات الموضوعية بين المواقع التي يشغلها أفراد أو مجموعات توجد في وضع المنافسة من أجل الشرعية، وأخيراً تحليل تكوين التطبعات الخاصة بشاغلي هذه المواقع أي انساق الاستعدادات التي بما انها انتاج مسار اجتماعي و موقع داخل المجال الادبي (الخ) فهي تجد في هذا الموقع فرصة ملائمة بدرجة تزيد أو تنقص لأن تتحقق ذاتياً، فبناء المجال هو المقدمة المنطقية لبناء المسار الاجتماعي بوصفه سلسلة من المواقع المحتلة على التعاقب داخل هذا المجال"[58].

في ظل العولمة–بالمعنى البسيط لعالمية الانتشار من أفكار وعادات وانماط استهلاكية–والانفتاح على الثقافات الأخرى ظهرت جملة من فضاءات الشراب والطعام ذات الطابع الجديد مثل "الكوفي شوب" والمطاعم والمقاهي التي ربما من الممكن ان نصفها بأنها ذات بعد حميمي ومتجرد يرتادها الفاعلين اذ تحقق لهم غايات عديدة مثل الراحة والاستمتاع أو الالتقاء أو تناول الأكل والمشروبات.

---

[56] سمارة. معن، فعل المقهى وفضاء المكان. مركز بانوراما–المركز الفلسطيني لتعميم الديمقراطية وتنمية المجتمع، القدس،2003

[57] المجال بمعنى الحقل، المجال الادبي، أي الحقل الادبي وأي حقول أخرى، انظر أيضا المصدر الفرنسي.

[58] بورديو. بيير، تر. ابراهيم فتحي، قواعد الفن، الهيئة العامة المصرية للكتاب–القاهرة، ص 289

تهدف الدراسة الى تحليل الفضاءات الاجتماعية والثقافية التي تتمثل في "الحقل الكافيستي" كحقل خاص انطلاقا من تاريخ ظهوره وما رافقه من تحولات واعتبارات أمْلَت عليه موقعه ضمن مجال السلطة والفضاء الاوسع (مدينة رام الله) وتقدمه خلال الزمن و تفكيك البنية الداخلية لهذا الحقل وفهم منطقه ورهانات الفاعلين واشكال الصراع داخله، وبما ان الفاعلين في هذا الحقل مؤسسات (مقاهي، كافيه ..الخ) فهذا يدفع بفضول الى فهم سيسيولوجيا الجمهور داخل الحقل الخاص عن طريق استيعاب نسق الاستعدادات للأفراد و رساميلهم وأشكال العلاقات المتشكلة فيها، بالإضافة الى تقديم فهم وتحليل للتمظهرات السيميائية وعلاقتها بالفاعلين والصراع(المنافسة).

الأسئلة المتفرعة من الإشكالية.

- كيف أخذ حقل المقاهي "الحقل الكافيستي" موضعه تاريخيا واجتماعيا وما هو موقعه في حقل السلطة؟
- كيف يمكن تفسير رهانات وميكانزمات هذا الحقل ضمن وسط مستعمَر.
- ما هي اشكال الصراع داخل حقل المقاهي وما هو منطق عملها؟
- كيف يمكن فهم تكونات الهابيتوس الخاص بالفاعلين في الحقل؟
- هل يعمل هذا الحقل على انتاج تراتبيات معينة في المجتمع الفلسطيني واكساب الفاعلين الاجتماعين رساميل اجتماعية–ثقافية؟
- ماهي السيميائيات (الصور، اللوحات، الرسومات، الموسيقى، اللغة) التي تطغى في تلك الفضاءات وماهي دلالاتها، وما علاقتها بتشكيل ذوات الفاعلين وانتاج التراتبيات وثقافة الاستهلاك؟

فرضيات الدراسة

- المقاهي دخلت هذا الحقل (أو شكلته) تاريخيا دون وعي وولدت من حاجة وظيفية وقتها إلا انه تمت إعادة شكلنتها تأثراً بمقتضيات الخطاب السياسي.
- الخطاب الدولاتي الفلسطيني يدفع ويرحب بالاستثمارات في هذا الحقل، ضمن رؤيته في إقامة "دولة على مرأى وعين الاستعمار".
- هناك اشكال منافسة وصراع في هذا الحقل بين الفاعلين تتجاوز المنافسة الاقتصادية
- الهابيتوس يلعب دورا هاماً في اختيار الافراد للمقاهي التي يرتادونها ويشعرون انها بمثابة فضاء للتعبير عن ذواتهم.
- انماط الاستهلاك السائدة قد تعمل على الغاء الثقافات المحلية وتغيير عادات وتقاليد المجتمع وخصوصيته والتي ربما تعمل على انتاج سلوكيات وانماط معيشية مغايرة، الامر الذي يساعد في تشكيل هابيتوس معين لأفراد آخرين.
- السيميائيات في هذه المقاهي تعبر عن الثقافة التي يتبناها القائم على المقهى وثقافة رواده، وهذه الثقافة تتجه نحو العالمية.

البحث الاولي: تبرير البحث وأهميته

لابد من الاشارة في البداية الى انه تم الاعتماد على بحث أولي قدم في احدى مساقات الماجستير "اساليب البحث الكيفي" صمم للتحري في نفس الغرض وترك بعض التساؤلات التي تمت الاجابة عنها في هذا البحث والتي تتعلق بالسياق التاريخي لتشكل الحقل والذي كان بحاجة للتوسع في الدراسة.

تكمن أهمية هذا البحث في محاولته الإلمام بالظاهرة بأكثر من طريقة وأسلوب وكونه يحاول ان يتعمق أكثر في فهم التفاصيل التي خلص اليها البحث الاولي كطبيعة العلاقات والرساميل ضمن نظرية "الحقل الاجتماعي" في تلك الفضاءات، في ضوء ندرة الدراسات العربية في استخدام هذه النظرية في دراسة حقل المقاهي والمطاعم.

الفصل الثاني: المنهجية

"لك طريقك، ولي طريقي، أما الطريق الصحيح

الطريق الوحيد، فهو غير موجود"

(فريدريك نيتشه)

المنهجية:

لعل أهم الخطوات في البحث بعد تحديد الاشكالية هي الكيفية التي سوف يقوم من خلالها الباحث بجمع البيانات أو الملاحظات، فتم التعامل مع ظاهرة هذه الفضاءات باستخدام البحث/المنهج الاثنوجرافي[59] وتأتي أهمية المنهج الاثنوجرافي كونه يتيح امكانية فهم معمق لتجارب مرتادي هذه الفضاءات والمعاني التي ترتبط بها بما يتعلق بادراك الذات من وجهة نظر المشاركين أنفسهم.

هذا المنهج قام بالأساس على استخدام اداتين، **الأولى:** الملاحظة بالمشاركة، وبالتالي التواجد في المقاهي وممارسة الانشطة التي يمارسها الفاعلين، الامر الذي سهل عملية الألفة مع هذه الأماكن، **والثانية:** تجلت في المُسائَلة (المقابلات المفتوحة) بالإضافة الى متابعة الصفحات الرسمية للمقاهي في الفضاء السيبراني كأداة ثانوية.

أما بالنسبة للسياق التاريخي، وكوني لا أحمل المعرفة الضرورية للإجابة الشافية، فقد استندت على جملة من الكتابات والاعمال التي وثقت بروز فضاءات الطعام والشراب عالميا وعربيا ومحليا، بالإضافة الى مقابلات في بلدية رام الله والغرفة التجارية كونها دوائر رسمية ملمة بهذه الأمور.

العينة:

هناك فئتين من العينة، الأولى تشمل المقاهي والأخرى تشمل الافراد المبحوثين.

---

[59]المقصود بالبحث الاثنوجرافي، هو الدراسة القائمة بالأساس على وصف وتحليل حياة الشعوب او حياة جماعة اجتماعية معينة من خلال الملاحظة بالمشاركة

عينة فضاءات الشراب والطعام(المقاهي)

في الفقرات القادمة سوف يتم مناقشة فضاءات الطعام والشراب التي تأخذ نصيبا لا بأس به من المشهد الحضاري والتي برزت تاريخيا ووظيفيا كفضاء تعايشي لتقديم خدمات الشراب والطعام والالتقاء وغيرها، محاولا عرض المنطق الذي تتم الاستناد اليه، ومقدما وصفاً للمقاهي المختارة.

عند الحديث عن الأماكن المخصصة لتناول الطعام خارج المنزل نجد اختلاف هذه الاماكن وفقًا للمناطق المختلفة في العالم فهنالك العديد من التصنيفات لفضاءات تقديم الطعام فإذا أردنا اختيار المطعم على سبيل المثال تجد انه يتم تنميطه ضمن نماذج معينة، بالعادة تعتمد على المظهر العام أو كأن يتم اختزال كل مظهر المطعم في كلمة واحدة او بأحكام قيمية كأن تصنف بأنها مطاعم كلاسيكية، مطاعم راقية، مطاعم عائلات، مطاعم موسمية، مطاعم شعبية، مطاعم المأكولات السريعة، مطاعم استراحات الطرق، مطاعم الخدمات الذاتية (الكافيتيريات والبوفيه) والفنادق والاكشاك، ناهيك عن مطاعم "الثيم" أو المطاعم المتخصصة ومثال عليها مطاعم الاكل الصيني او الفرعوني او المطاعم الايطالية، وأصناف اخرى من المطاعم مثل مطاعم القمم أو "الرووف" التي تتموضع في اعالي البنايات[60].

بعد الرجوع الى سجلات بلدية رام الله والاطلاع على قوائم فضاءات الطعام (المطاعم والمقاهي وغيرها) بالإضافة الى القيام بجولات ميدانية لتلك الفضاءات فإنك تجد العديد منها بحيث تجد أنماط من الكافتيريا الموجودة في الجامعات والكليات والكافتيريا المرافقة للمستشفيات وتجد الفنادق والمقاهي الشعبية للذكور والمطاعم الشعبية التي تكون مجاورة للأسواق الشعبية او محطات المواصلات والاكشاك المتنقلة كالتي

---

[60] حسن.هالة (2006)، خدمة المطاعم بين النظرية والتطبيق، مؤسسة حورس الدولية – الإسكندرية، ص21

تتواجد بالشوارع او بقرب محطات المواصلات وتجد "الكوفي شوب" و"الكافي" و"الريستوكافي" ومدن الألعاب وأماكن الطعام في الساحات العامة والحدائق العامة والمتنزهات والمسابح ومقاهي الانترنت التي توفر الطعام.

تبدو كل هذه التصنيفات السابقة كبيرة على الفضاء المديني الصغير، ولكن يمكن تصنيفها وفق بعض من المعايير من أجل تكوين صورة أفضل.

منطق الاختيار

رافقتني الأسس العالمية في التصنيف بالاستناد إلى رالف هاتوكس[61] في تصنيف المقاهي تاريخيا، بالإضافة الى ضرورة أن يكون هنالك مقاهي شعبية ومقاهي طليعية ونمط من الكوفيشوب "الكافي" أي يجمع بين المقهى والمطعم، واختيار مطعم ضمن التوزيع الجغرافي لمدينة رام الله وبحيث يكون لدينا مقاهي لديها علاقة مختلفة في علاقتها مع الشارع (عمودي، أفقي) وفي حيزها المكاني (بناية حديثة أو بناء قديم تم ترميمه).

كان الأساس في الاختيار ان يكون المقهى ضمن مدينة رام الله أي ضمن الحدود الجغرافية والرسمية للبلدية حيث لها فكر ورؤية مختلفة عن بلدية البيرة حيث تميل الأخيرة الى المحافظة (على سبيل المثال لا تسمح بان ينشأ مقهى مرتبط بحانة أو أن يقدم طعام غير اسلامي)، في حين تميل الأولى الى العولمة والانفتاح "وتكون مكانا جيدا ومناسبا لكل الوافدين"[62]، كما ان لمواقع المقاهي وزنا في الحيز المديني اذ هنالك أحياء مثل الطيرة والماصيون، تمنح ساكنيها (سواء منازل أو استثمارات) رأسمال نوعي.

ومن أسس الاختيار أيضا ان يكون للمقهى حيزه المكاني والذي يسمح بجلوس الفاعلين وبالتالي تم استثناء كل الاكشاك، واستثناء مقاهي الانترنت اذ لا تتلاءم بمكانة ما مع غرض البحث، كما وتم استثناء الكافتيريا

---

[61] الاستناد لرالف هاتوكس موضح في التحليل في جزئية اخرى

[62] مقابلة في بلدية رام الله–قسم تجميل المدينة

التابعة للمراكز أو المصحات فهي تعتبر مكمل وظيفي في حيزها المكاني وداخل أي مركز، وتم استثناء محلات الحلويات كونها مخصصة للحلوى فقط ولأن غاية البحث أساسا تتمحور حول المقاهي.

في اختيار المقاهي والمطاعم حيث الفرق بينهما أن المقهى ببساطة يمكنك الذهاب اليه من اجل ارتشاف مشروب معين او الالتقاء بأحدهم وممارسة أحد طقوس التسلية، وربما يمكنك الحصول على حسنة إضافية كطلب الطعام، لكن المطعم يبدو على عكس ذلك باعتباره مكان مخصص للطعام وربما بإمكانك اثناء ذلك الالتقاء بأحدهم وتبادل الحديث وحدوده قد تقف عند ذلك، وفي حال أسند أي مطعم الى عنوانه(اسمه) بالإضافة الى كلمة "مطعم" أي كلمة أخرى مثل "كافيه" و"كافي شوب" يكون هذا اعلان واضح بانه بإمكانك الدخول اليه من اجل الاستمتاع بشراب معين دون ان تسألهم عن قائمة الطعام[63].

بالتالي معظم المقاهي الجديدة تأخذ شكل الكوفي شوب الذي يجمع بين المقهى والمطعم بصورة أو بأخرى، فكان من البديهي اختيار مقاهي كبرى أو مطاعم لها وقعها أو وزنها ضمن (مخيال الرفاه) مثل "ارجوان" و "زرياب"، أما "حلب" كونه مقهى شعبي يكسر احتكار الذكور للمقهى، وكان لابد من ادخال مقاهي بالمعنى البسيط أو التاريخي التي كانت حكرا على الرجال مثل مقهى "البرازيل" ومقهى "ايفل" الذي أغلبية نزلاءه من الشباب الذكور، أما مقهى "رمانة" فقد تم اختياره كمقهى ثقافي جديد، وهكذا شملت العينة ستة فضاءات أو مقاهي وهي (ارجوان، زرياب، رمانة، حلب، ايفل، البرازيل)، وسأحاول التوضيح أكثر في وصف العينة.

---

[63] تأييد من بعض المبحوثين (اصحاب المقاهي)

عناصر عينة المقاهي

لجأت الى الملاحظة بالمشاركة من أجل الحصول على البيانات التي بإمكانها ان تُرفِدَني في التحليل والفهم واستظهار الجزيئات التي تهدف إليها هذه المناولة بتمثلاتها السيسيولوجية والسيميولوجية في المقهى، وكانت عينة المقاهي كالتالي: –

مقهى البرازيل

يعتبر هذا المقهى ذو طابع شعبي يرتاده العديد من الرواد من مختلف الاوساط الاجتماعية، اذ يعتبر ايضا حكرا للرجال، وبالذات الرجال المتقدمين في العمر.

مقهى ايفل

هذا المقهى يقدم نفسه على انه شعبي ويضم جملة من الرواد الشباب تم اختياره كنموذج للعديد من المقاهي المشابهة في المدينة، مثل "مقهى علي بابا" ومقهى "علية بلدنا" ومقهى "نارة" ومقهى "بلدنا" حيث انها ذكورية بامتياز من ناحية الرواد ومعظمهم من فئة الشباب.

"مقهى ومطعم زرياب Ziryab rest & cafe"

مقهى زرياب يمثل نمط جديد او بالأحرى مختلف عن سابقه من المقاهي حيث يجمع بين المقهى والمطعم، ويتجه نحو استجلاب فئة مجتمعية أعلى ماديا، كما ويتقاطع هذا المطعم مع عدد واسع من "الكافي" و"الكوفيشوب".

مقهى حلب Aleppo Café

المقهى ذو طابع شبابي وهو يتقاطع مع مقهى "جفرا" ومقهى رام الله كونه مقهى "شعبي" عابر للجنس، فهو مختلف عن مقهيا "البرازيل" و"ايفل"، كونه كسر حكر الذكور، بالإضافة لكونه يسم نفسه بالطابع الشعبي الامر الذي قد يميزه عن"زرياب".

مقهى رمانة

تبدو فلسفة مقهى رمانة جديدة حيث لا يتم اعتباره مقهى او مطعم حيث يُعتبر أقرب لفكرة الملتقى الثقافي أو فكرة "book cafe"، اذ يعتبر مكان غير ربحي وهو نموذج جيد لفاعل طليعي في الحقل الكافيستي.

مطعم ارجوان "Orjwan Lounge "

ارجوان كمثال على مطعم كبير ومعروف على المستوى المحلي و"العالمي"، ناهيك انه يجمع بين المطعم والحانة والمقهى، وإحدى ميزاته تسويقه لأطباقه في نقاط بيع، بالتالي تعزيز فكرة "المطبخ"، كبصمة له.

عينة الفاعلين الاجتماعيين

كان هنالك ثلاثة فئات أساسية من عينة المبحوثين، وهي (الملاك، الرواد، الدوائر الرسمية) الفئة الأولى كانت من ملاك وموظفين تلك الفضاءات ويمكن تصنيف هذه الفئة الى صنفين الأول ملاك وموظفين مباشرين أي ملاك تلك الفضاءات حيث بلغت 8 مقابلة مع 8 أشخاص[64]، وصنف ثانٍ من ملاك سابقين أو أشخاص لهم خبرة في هذا الحقل وبلغ عددها 6 مقابلات مع 5 أشخاص.

---

[64]المقابلات كالتالي: مدير مقهى رمانة (مقابلة واحدة) مدير مقهى زرياب (مقابلة واحدة) مدير مقهى ايفل (مقابلة واحدة) مدير مقهى البرازيل والعامل هناك (مقابلتين) مطعم ارجوان (مقابلتين)، مقهى حلب (مقابلة واحدة)، هذه المقابلات التي أخذت الشكل الرسمي، دون ذكر الاستفسارات او بعض التساؤلات التي وجهت لهم خلال تجربة الملاحظة بالمشاركة.

وللإيضاح أكثر فقد كان اختيار العينة وفقا لاختيار المقهى بمعنى كل مقهى تم اختياره لأن يكون عينة للبحث، تم اختيار مالكه أو المدير أو أحد الموظفين لإجراء المقابلات المفتوحة معه، وبكلام اخر كانت عينة البحث (عينة متاحة) ولابد للتنويه انني قمت بإجراء ستة مقابلات أخرى مع موظفين أو أصحاب مقاهي لم أقم باختيارها–أي المقاهي التي يملكها هؤلاء–ضمن عينة البحث والسبب في هذه المقابلات كان من أجل إثراء وتوسيع خيارات البحث[65].

أما الفئة الثانية كانت من الرواد والزبائن وحيث بلغت 22 مقابلة، وكان الأساس في الاختيار موافقة المبحوثين على إجراء المقابلة والحديث (عينة متاحة أيضا)، ونقطه لا بد من الإشارة اليها ان المقابلات كانت مرنة من حيث المسائلة ومواضيعها التي تمثلت في أسئلة مفتوحة أو عناوين، (أنظر ملحق رقم 2: محاور المقابلات).

أما الفئة الثالثة من عينة المبحوثين، تمثلت في الدوائر الرسمية حيث تم إجراء ثلاثة مقابلات أخرى في سياق أشمل لجمع المعلومات؛ اثنتين تمت في بلدية رام الله (قسم الحرف، وقسم تجميل المدينة) وأخرى في الغرفة التجارية، للاطلاع على سجلات المقاهي وتزويدي بالمعلومات اللازمة وفهم اليات وشروط إقامة المقاهي وتسجيلها والية الاستثمار في هذه المشاريع، وللوصول الى معرفة حول الفواصل الثقافية بين رام الله والبيرة وفق سياسة كل بلدية نحو المدينة، علما ان البحث تعمد فصل المدينتين جغرافيا وثقافيا.

---

[65]من ضمن هذه المقابلات، مقابلة مع مدير مقهى الشرق، أحد المعارف الذي لديه مقهى شباك، وأحد الأصدقاء الذي له باع طويل في العمل في المقاهي والمطاعم (ناي، فندق الجراند بارك، لافيستا)، ومالك مقهى جيفارا (بالمناسبة قمت ببعض الزيارات لهذا المقهى بغرض البحث لكن معظم المعلومات التي كنت بصدد البحث عنها وصلت لدرجة الاشباع)، ومقابلة مع موظف سابق عمل في مقهى الشرق.

حدود الدراسة

الحدود المكانية:

- تناولت الدراسة عينة من فضاء المقاهي والمطاعم التي تنتشر في مدينة رام الله، حيث تمت الأثنوجرافيا في ستة مقاهي في المدينة نفسها.
- كانت هذه الرسالة متطلب للحصول على شهادة الماجستير في علم الاجتماع–جامعة بيرزيت

الحدود الزمانية:

- امتدت فترة الدراسة من شهر آذار 2014 الى شهر أيار 2017 حيث تخللها فترة انقطاع عن البحث، وهذا ينطبق على حال الدراسة الميدانية والاثنوجرافيا التي شابها فترة انقطاع خلال فترة البحث التي امتدت ثلاث سنوات.
- التحليل يوضح وضع المقاهي ابان فترة البحث والسياق الأسبق لتشكلها فقط.

الفصل الثالث: النتائج والتحليل

"كل الأشياء خاضعة للتأويل، وأياً كان التأويل فهو عمل القوة لا الحقيقة"

(فريدريك نيتشيه)

السياق التاريخي للحقل الكافيستي

دائما ما تحضرني مداخلات ارغب بأن تمثل منطلقا للطرح، وقبل استحضار أي مقاربة حول بنية الحقل الكافيستي الذي أشرت إليه في الفصل الأول بأنه يمثل كل المجموعة الأكبر من المقاهي في الوسط المديني، يطرح بورديو " أُسمّي حقلا فضاء لعبة، أي حقل علاقات موضوعية بين اشخاص أو مؤسسات تتنافس فيما بينها من أجل رهان متماثل، المهيمنون في هذا الحقل الخاص هم أولئك الذين يمسكون في اعلى درجة، سلطة تكوين أشياء على انها نادرة من خلال وسيلة (البصمة)[66]".

لا أريد أن أؤول الواقع تأويلاً تعسفياً ولكن وجود مفهوم أو أداة مثل الحقل(النظرية بشكل عام) تساعدك في التحليل والفهم وتفكيك طلاسم الواقع المعاش وهذا امر يستحق المحاولة، حتى وان كانت استخداماته لتحليل البُنى الأكبر، إذا ما رأينا المقهى من المجال الاجتماعي–الثقافي الاوسع بإمكاننا ان نمسكه كفاعل في الحقل الثقافي، وكسلعة في حقل الاستهلاك ،وهكذا دواليك، فالفضاء مليء بالحقول ولا يوجد تحديد مطلق أو تصنيف مطلق، وكل حقل يتداخل مع الحقول الأخرى وبداخله حقول خاصة، فأن ندعي وجود "حقل سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي، عسكري، (الخ) فهذا تحديد عام ولا يوحي بعدم وجود حقول خاصة فداخل كل حقل على سبيل المثال الحقل الفني (يحتوي مجالات الفنانين الممثلين، الموسيقيين، الرسامين...الخ) ولنأخذ الرسامين على سبيل المثال فنتاجات الرسامين متنوعة من لوحات وصور ورسوم بتنوع انماط الرسم(تشكيلي، تخطيطي، تجريدي...الخ) والفن أو الرسم التشكيلي له مدارس مختلفة كالواقعية، والانطباعية، والبورترية، بالتالي عند الادعاء بوجود حقول انتاج الغذاء فهذا يلزمنا بالبدء بالحقل الزراعي وصولاً للحقل الاقتصادي مروراً بكافة الحقول الخاصة مثل المزارعين، مصانع المواد الغذائية، وخدمات الطعام الجاهز، فالصراع

---

[66]بورديو، بيير. مسائل في علم الاجتماع. ص321

موجود في حقل المزارعين، حقل المصانع، حقل تقديم خدمات الطعام، وهذا يتقاطع مع حقول عديدة ثقافيا واستهلاكيا، أدلل على كلامي باستخدام بورديو لحقل دور الأزياء وهذا الحقل الذي يتخذ الشكل الثقافي، الجمالي، الفني، الموضة، حيث ان الموضة كسلعة تعتبر سلعة ترف مقابل السلع الثقافية الشرعية الأخرى مثل الشعر والموسيقى، فدور الأزياء والتصميم تعتبر حقل خاص. وما جعلته أساسا ووجهةً للبحث وجود حقل انتاج برهانات خاصة وحقول الإنتاج متعددة ومجاميع المقاهي بشكل عام هي حقل استهلاكي خدماتي، وعملية دراسته تتضمن تحليل بنيته تاريخياً وموقعه من السلطة، وتفكيك بنيته الداخلية وعلاقتها بالواقع المعاش.

من القهوة الى المقاهي، بين ثنائية الطبيعة والثقافة

المقهى كمكان عام ضمن المشهد الحضاري قد صاغ العديد من التجارب اليومية ضمن الواقع المعاش للعديد من السكان والقهوة كشراب ترافق معظم الفاعلين في معظم الأوقات فالعديد يبدؤون نهارهم بفنجان من القهوة ويختتمون مساءهم بآخر، ناهيك عن تناولها في أوقات متعددة خلال النهار وحضورها في مختلف المواقف والمناسبات، ولربما تكون عملية الخوض في تاريخ الأشياء ليست بالأمر السهل وغالبا ما توصل الباحث الى غموض لا ينتهي، فعند الحديث عن أصل القهوة ولحظة اكتشافها وبداية استخدامها وسر ربطها بالعديد من الطقوس تصل لحاجة تحول بك لتقديم فهم للسياق التاريخي لكي ترتكز عليه في التحليل السيسيولوجي، وبالتأكيد انسجاما مع مطلب فهم الحقل والدعوة الى فهم التشكلات التاريخية له.

في الروايات والاساطير هناك ادعاء أن القهوة أُكتشفت عن طريق الحيوانات وهنالك قصتين مشهورتين في هذا المجال، الأولى تتعلق بشعب الأورومو"Oromo" حيث لاحظ رُعاة الأغنام ان اغنامهم تزداد نشاطا وتقوم بممارسة حركات راقصة عند أكلها لثمار البُن واوراقه ومن هنا بعثت فيهم الرغبة في تناول هذه الأوراق

وتحويل ثمارها الى مشروب، أما الحكاية الثانية تتعلق بحيوان الزباد "civet" حيث يعتبر اول مُحَمّص للقهوة اذ يأكل هذا الحيوان ثمار البُن وتقوم معدته بما تحوي من انزيمات وأحماض بتخمير الثمار وتفكيك البروتينات وعندما يُخرج فضلاته يقوم الانسان بتنظيفها واستخدامها ويصنع منها القهوة[67]، وحاليا تعتبر قهوة "كوبي لواك Kopi Luwak" من أكثر أصناف القهوة ندرة و ارتفاعا في الثمن حيث تصنع بنفس الطريقة أي عن طريق استخدام اجسام الحيوانات الحية بتخمير الثمار[68].

أما في السياق التأريخي لاكتشاف القهوة فالسرديات متعددة أيضا اذ يروي بعض الرحالة أنهم شربوها في موطنها الأصلي في إفريقيا وقد اشتق اسمها من اسم منطقة "قفا" أو "كافا" (kaffa,cafa) الموجودة في الحبشة (اثيوبيا اليوم) اذ كانت تنبت هناك، لتنتشر لاحقا في القرن الخامس عشر ميلادي في العالم العربي وجزيرة "جاوا" الإندونيسية لتصل بعد مائتي عام لأمريكا الجنوبية وبقية العالم[69] وهناك روايات أخرى تفيد بأن اليمن كانت الأساس في انتشار القهوة لكل العالم.

في نفس الوقت الذي تجد فيه العديد من الروايات التي تدل على ان مصدرها نابع من اثيوبيا، تجد هنالك روايات أخرى تدّعي ان اليمن هو بلد المنشأ، لكن بغض النظر عما اذا كان اليمن هو البلد الأصل أم لا فإنه يوجد اجماع تاريخي كبير على ان الفضل يعود الى اليمن في احتضان شجرة القهوة من خلال استنباتها

[67]Weinberg, Bennett Alan and Bonnie K. Bealer (2001). The world of caffeine "the science and cutler of the world's most popular drug. Routledge -New York. pp. Page 3–4

[68]أنظر أيضاWorld's most expensive coffee tainted by 'horrific' civet abuse http://www.theguardian.com/environment/2012/nov/19/civet-coffee-abuse-campaigners (تاريخ التصفح.22 نيسان 2016)

[69]ليبس.يوليوس، تر.كامل اسماعيل، أصل الأشياء بداية الثقافة الانسانية، ط2، دار المدى للثقافة والنشر، سوريا،2006، ص122

وانتاجها وتصديرها للعالم[70]، كما و يُعتبر أن الصوفيين هم من ساهموا في انتشارها، بالرغم من وجود اراء مختلفة بين العلماء حول الشخص صاحب الفضل باكتشاف القهوة كشراب الا ان الحديث يتمحور حول ثلاثة رجال دين (الشيخ الذبجاني والشيخ الشاذلي والشيخ الشاذلي العيدروسي)[71] بالرغم من عدم دقة المعلومة الا اننا نخرج بفكرة مفادها ان عملية اكتشاف واستخدام القهوة كانت في وقت متقارب في كل الروايات وهي الفترة الممتدة منذ نهاية القرن الخامس عشر وبدايات القرن السادس عشر ميلادي وان الصوفية ساعدت في انتشارها اذ شربها الصوفيين كطقس من طقوس العبادة، حيث وجدوا فيها قَهياً للنعاس والنوم وبالتالي يصبح لدى شاربها طاقة أكثر للسهر والقيام بالعبادة الليلية.

ومن الضرورة بمكان ان نتحدث عن انتشار القهوة في القرن السادس عشر الميلادي في مصر وبلاد الشام اثناء تلك الفترة حيث كانت تقع تلك البلاد تحت سيطرة الدولة العثمانية فأصبحت قضية القهوة قضية عثمانية وإسلامية عامة على وجه الخصوص بعد أن بدأت تستثمر القهوة ثقافيا واقتصاديا ولم تعد حكرا على الصوفيين وذلك عن طريق انشاء بيوت القهوة وأصبحت لها أماكن يتواجد فيها المتصوفة والشعراء والكتاب، وفي مرحلة لاحقة أصبح يرافق هذا المشروب العديد من العاب التسلية كالشطرنج والزهر لتصبح أيضا "ملاهي مختلطة" وأماكن للغناء والرقص[72].

اذ اختلف العديد من رجال الدين حول منعها وتحريمها من جهة والسماح بها وتحليلها(حلال) من جهة أخرى، فقد كثرت الفتاوي في هذا المجال ناهيك عن القصائد التي شيدت في مديح القهوة والتغزل بها والقصائد الأخرى التي أُلّفت كدعوة للنفور منها، وهذه الفتاوي والآراء حول القهوة رافقتها منذ بدء استخدامها

---

[70] عندما كان اليمنيين يصدرون البن الى العالم كانوا يسلقوه خوفا من ان يتم إعادة استنباته في المناطق المستوردة ويضعف تجارتهم

[71] الارنؤوط.محمد.(2012)من التاريخ الثقافي للقهوة والمقاهي. جداول للنشر والتوزيع-بيروت 34-36

[72] البكر.محمود مفلح. القهوة العربية في الموروث والادب الشعبي.ط1-1995.بيسان للنشر والتوزيع والاعلام-بيروت ص39

فتوجه العديد لتحريم القهوة بسبب اسمها اذ كانت تعتبر كلمة "قهوة" عند العرب من أسماء الخمر[73] وكما حرمت أيضا كونها تقهي–أي تقلل أو تطرد–شهية الطعام عن شاربها وبالتالي يدخل ذلك في باب أذى النفس–هنا الحديث ضمن اطار الثقافة الإسلامية–؛ فعلى سبيل المثال دخول القهوة الى القاهرة عام 1524 أقام تساؤل حول هذا الشيء الذي يجمع بين أمرين أولهما كونه شراباً والامر الثاني كونه يمنح الطاقة والملاذ الروحاني الامر الذي يدعوا الى قياسها وفق نموذج يرتكز بالأساس على ثلاثة بنود وهي أن القرآن حرم الخمر وأن أي شيء يؤذي الجسد يدخل في باب الحرام وان أنواع قليلة من المشروبات تندرج تحت الخمر[74] ناهيك عن الجدال الطبي بين فوائد ومضار القهوة اذ رأى البعض ان القهوة تعمل على تنشيط الاعضاء وازالة الهم وتجلب الخشوع وتساعد في هضم الطعام وتساعد في الشفاء من الزكام وتخفيف البلغم وبث الطاقة الجنسية وتعدل المزاج[75]وكان لها تأييد كبير كونها صرفت العديد من الفاعلين الاجتماعين عن الحشيش والمشروبات الروحانية.

وربما من أكثر الأمور التي دعت الى منعها في زمن الحكم العثماني هو ارتباط هذه المقاهي بالعديد من النتاجات الاجتماعية الثقافية وتلك الطقوس التي ظهرت في بيوت القهوة والتي أصبحت تجمع النساء والرجال وضمت فضاء تسلية كالشطرنج والمنقلة ولاحقا تقدم الحكواتي والكراكوز وعروض لألعاب الخفة والمصارعة ولعب النرد وأصبحت مكان للرهان والقمار وفضاء مناسب لاستقبال رواد الطرب ليلا نهارا للغناء، ناهيك عن عادات قراءة الفنجان، فانتشار بيوت القهوة في القدس على سبيل المثال حيث حوت المدينة خمسة مقاهي –

---

[73]الارنؤوط. محمد، من التاريخ الثقافي للقهوة والمقاهي 30ص

[74]Hattox. Ralph. coffee and coffeehouses "the origins of a social beverage in the medieval near east.(1985)university of Wessington press ,Seattle p39-48

[75]الجزيري.عبدالقادر.عمدة الصفوة في حل القهوة ط1 (1996) منشورات المجمع الثقافي–أبوظبي

زمن الحكم العثماني–ولد خوف لدى رجال الدين ان "بيوت القهوة ستشغل الناس عن الذهاب لبيوت الله" وناهيك عن ان الغناء والرقص لم يكن ليتوقف أوقات الصلاة حيث كان يرتاد عليها معظم الفاعلين الاجتماعين و"اللوندات"–أي البحارة والقراصنة– ويهود حلب، فتم منعها خوف "الفجور"، لكن معظم اصحاب المقاهي من مدينتي القدس وغزة كانوا يسافرون الى تركيا لمقابلة السلطان العثماني احتجاجا على منع القهوة، واجمالا كان قرار منع المقاهي او السماح بها يعتمد على فكر ورأي السلطان الذي يحكم في تلك الفترة، ففي زمن السلطان محمد الرابع (1648–1687) تم إعادة فتح أبواب المقاهي من جديد لتأخذ طابعاً جمالياً جديداً يضاهي جمال الجوامع [76]، ومن هنا بدأت تأخذ المقاهي شرعيتها كحقل.

المقاهي كحقل مستقل

إن تشييد المقاهي في الاسواق وعلى الطرق التجارية في الأوساط الاسلامية كان بمثابة فضاء بديل للحانات وكفضاء جديد لاستضافة الاصدقاء خارج المنزل في ظل غياب وعدم ظهور المطاعم بعد – اذ لم يكن الا عدد قليل من الخانات التي لم تكن مناسبة لدعوة الضيوف اليها–، وأدى الخطاب او السلطة السياسية "السلاطين" لتعزيز هذه الفكرة حيث رحبوا بها مما أدى إلى ظهور واضح لتشكل هذا الحقل، فأضافت هذه الاماكن طابعاً من الفسحة والترفيه واتخذت المقاهي انماطاً متعددة يصنفها رالف هاتوكس الى ثلاثة أنواع، النوع الأول "Coffee stall" الذي كان بمثابة كشك يأتي الناس ويطلبوا القهوة ويأخذونها معهم حيث لا يوجد أي حيز مكاني للجلوس وبالعادة كان يتواجد في المناطق التجارية، الصنف الاخر وهو"coffee shop" يشبه الصنف الأول لكن مع وجود حيز مكاني "مسطبة" للجلوس واحتساء القهوة، أما الصنف

[76]الارنؤوط. محمد، من التاريخ الثقافي للقهوة والمقاهي 39-50

الأخير"Coffeehouses" أي البيوت أو الأماكن المخصصة للقهوة حيث كان لها انتشار واضح في الأسواق وفي قلب المدن والأماكن الحيوية[77].

من الضرورة بمكان أن نفهم مقاربة جدالها قائم حول ظهور المقاهي كونها حلت او أخذت بعض المهام أو الوظائف للمؤسسات الاجتماعية القائمة او كونها قدمت شيئاً جديداً بالكامل، وهذا يدفعنا للمقارنة بين المقاهي وكل "مكان عام" مماثل او شبيه وُجِد قبل انشاء المقاهي،–أي مكان ثالث بمفهوم أولدنبورغ – بداية بالحانات التي يبدو ان الفارق بينهما ان الأخيرة كانت تقدم الخمر وكان لها سمعه سيئة في حين ان المقاهي تقدم هذا الشراب الجديد الذي لا يبدو انه غير قانوني (أي ان الحانات يضفى اليها سمعه حسنة في حين قدمت القهوة وان كانت تقدم مشروب كحولي) وحال الحانات مماثل لحال "أوكار أو حجرات المقامرة" من حيث السمعة وما تقدمه للفاعلين، من الفضاءات الأخرى التي وجدت قبل المقاهي ال "bozah–house" أماكن لتقديم مشروب أقرب للصلابة من السيولة يشبه "الايس كريم، البوظة"[78]،هذه الأماكن كان لها قبول اجتماعي اكثر من الحانات لكن ليس اكثر من المقاهي، مكان أخر أيضا وهو "الحمام العام" حيث يلتقي الناس من اجل الاستحمام والنظافة الشخصية وتبادل الاحاديث لكن لم يذكر انه كان يقدم التسلية والترفيه كما في المقهى ومن الجدير بالذكر ان المقهى اصبح جزء من الحياة اليومية لكل شخص من كل الطبقات الاجتماعية في مقابل ان الحمام لم يكن ضمن الروتين اليومي للناس العاديين (البسطاء) اذا ما استثنينا فاعلين الطبقات العليا، بالإضافة ان المقهى قد دخل كمكون جديد على بنية الحمام العمومي اذ اصبح فيه ركن لصنع القهوة، ومن المؤسسات الاجتماعية الأخرى التي أثر عليها المقهى، المؤسسة الدينية المتمثلة في

---

[77]Hattox. Ralph. coffee and coffeehouses ,p80-81

[78]يصنع هذا المشروب من الدقيق المخمر وله رعشة غازية كان حوله بعض من الشكوك بانه يحتوي على نسبة من الكحول وهذا لم يكن كافي لمنعه، بالذات انها تصنع من حبوب القمح وليس العنب.

المسجد اذ وفر المقهى مكاناً للراحة ولتبادل الاحاديث والتأمل والموسيقى والتسلية، الأمران الاخيران اللذان لا يقدمهما المسجد حتى وان كان يؤدى فيه العديد من الطقوس الدينية "كالرمضانيات" و"ليالي قنديل الأربعة"[79]الا ان المساجد في النهاية لا تستوعب إلا المسلمين على خلاف المقاهي التي تستقبل الفاعلين من كل الديانات[80].

لاشك في كون المقهى أحدث تغيراً على الحياة اليومية والواقع المعاش منذ تأسيس أول بيت للقهوة في استانبول سنة 1554مرورا بالبندقية ووصولا لكل انحاء العالم[81]، ولربما يتجلى هذا التغيير بالذات –وأخص بالذكر منطقة شرق المتوسط–اذ لقي هذا المشروب رواجاً وتأبيداً كبيراً من مختلف الفاعلين في مختلف الأوساط الاجتماعية حيث أوجد مهن جديدة ومصدر للدخل لأصحاب المقاهي وإيرادات متجددة من تجارة القهوة، وعمل على خلق بنى اجتماعية جديدة وكما أثر على الحياة الليلية على سبيل المثال لربما كان تَواجُد الأشخاص خارج منازلهم ليلا بداعي التوجه الى الحانة وأماكن المقامرة او الى أماكن العبادة هذه الأخيرة التي أثر عليها من حيث كان المكان الوحيد الذي يضاء ليلاً قبل المقهى، من ناحية أخرى أحدث المقهى تغيير واضح على معنى "الضيافة" اذ جعلها غير مربوطة بالبيت[82] بمعنى ان المقهى قدم نفسه كمكان للاستضافة بديلاً للبيت الصغير الذي قد يتحرج مالكه من دعوة الضيوف اليه لأسباب ثقافية واجتماعية واقتصادية، ويبدو أيضا ان المقهى قد شكل حيزاً ومجالاً أوسع للمرأة بالأخص في الدولة العثمانية للخروج اليه كمكان آخر غير الحمام العمومي الذي كان المتنفس الوحيد لها لوقت محدد.

---

[79] وهي مناسبات اسلامية (المولد النبوي والاسراء والمعراج وليلة منتصف شعبان وليلة القدر)

[80]Hattox. Ralph. coffee and coffeehouses, p122-p124

[81]بركات. بشير، مقاهي القدس في العهد العثماني، حوليات القدس، عدد13، 2012، ص53

[82]Hattox. Ralph. coffee and coffeehouses,p127-p128

الحقل الكافيستي في فلسطين: رام الله كحالة دراسية

من الظاهر تاريخيا ان بعض التحولات حدثت على المقاهي بشكل عام، وهذه التحولات (السيرورة) لها فعلها في السياق الخاص، في تحليل سليم تماري "الجبل ضد البحر" يرى بأن انفتاح المدن الساحلية الفلسطينية على العالم ، أدى إلى انتشار العديد من المسارح والمقاهي وغيرها كمكان للتفاعل الاجتماعي وقضاء الوقت، وخلال العام 1918 بالذات في مقهى وبار جوهرية(في مدينة القدس) بدء يتم تقديم وجبات خفيفة في المقاهي بالإضافة الى استضافة عدد من المطربين والموسيقيين واستضافة العروض الفنية [83](انظر أيضا سيرة حياة واصف جوهرية[84])، ومما لا شك فيه ان ادخال الطعام على المقهى بَدأَ يحدث تغيرات على المستوى الوظيفي في المنطقة العربية، أو أي مطعم اخر، وهذه نقطة التقاء بين المقهى والمطعم ومن المحتمل ان ظهور المقاهي عمل على انتاج المطاعم، حيث ظهور المطعم كما تطرح "ريبيكا سبانغ" كان كمؤسسة حديثة ظهرت بشكل استثنائي ليس فقط بحكم ظهورها في أواخر القرن الثامن عشر، ولكن الأهم من ذلك لأنها ولدت كمشروع حضري سهل التعبير عن أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي[85] وجاءت بعد فترة لاحقة من نشوء المقاهي.

أما بالنسبة لمدينة رام الله، هذا الفضاء المديني الصغير الذي اختزل الزمان والمكان والجغرافيا ودخل في صراع مع المدنيّة والحداثة بحيث تجد فيه البيوت الفلاحية من الفترة العثمانية وتجد في نفس الوقت انماط

---

[83] تماري.سليم، الجبل ضد البحر: دراسة في إشكاليات الحداثة، مقهى الصعاليك وامارة البطالة المقدسية، مواطن 2005، ص212

[84] Tamari. Salim, Jerusalem's Ottoman Modernity: The Times and Lives of Wasif Jawhariyyeh, Jerusalem Quarterly,file 9.2000

[85] Spang. Rebecca, the Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture. Cambridge, Mass, Harvard University Press, 2000. p172

متعددة من العمارة "الحديثة"[86]، ولا يقتصر ذلك فقط على العمارة بل ويشمل التركيب السكاني والطبقي الذي اختلف عن باقي المدن الفلسطينية لأسباب عديدة ضمن السياق التاريخي، حيث تُجبل كل التركيبة الاجتماعية والثقافية بصورة تخالط بين الحداثة والموروث.

رام الله كمدينة فلسطينية شأنها شأن المدن الأخرى التي تضررت من الحرب وتداعياتها عام 1948، فباتت مرفأ للاجئين من البلدات والقرى الساحلية الذين استقروا فيها وبعد أعوام قليلة بدت على انها موطن لعدد من السكان غير المتجانسين (التنوع الديني بين مسيحي ومسلم)، "السكان الأصليين" واللاجئين، سكان المدينة والفلاحين. وطوال فترة الحكم الأردني (1950 –1967)، كانت بمثابة منتجعات صيفية للقادمين من الخليج وغيرهم[87] من العرب وبدأت في جذب الطلاب والمثقفين والمهنيين من مناطق أخرى في الضفة الغربية وقطاع غزة وأصبحت المدينة أيضا ملاذا لنشطاء سياسيين ومركزا للتنظيم السياسي والمظاهرات. وبعد أن قام الاستعمار بتوسيع مستعمرته عام 1967 زادت القيود على التنقل داخل الضفة الغربية وبين الضفة الغربية وقطاع غزة وزادت نسبة الاستقرار داخل رام الله بفعل اللجوء والهجرات الداخلية أيضا، ولربما مرحلة ما بعد 1995، عملت على احداث تغيرات ثقافية واجتماعية[88]، فبعد توقيع اتفاق أوسلو(1993) ودخول كوادر السلطة الفلسطينية الذين فضلوا مدينة رام الله على غيرها من المدن لتصبح وكأنها العاصمة الفعلية غير المعلنة للشعب الفلسطيني لاحتوائها على مقار السلطة الفلسطينية كافة والمجلس التشريعي، والمقار الرئيسية للأجهزة الأمنية والوزارات، والسفارات، ومكاتب التمثيل الأجنبية ومكاتب الأمم المتحدة، والمنظمات الدولية،

---

[86] الجعبة. نظمي، وخلدون بشارة، رام الله عمارة وتاريخ، سلسلة رواق في تاريخ العمارة في فلسطين–رواق 2002، ص9

[87] بعد عام 1919 تم تجديد أحد الفنادق الملحقة للتسلسل البنياني لمدارس الفرندز (1870 الى 1900) وتوسيع هذا المبنى ليأخذ اسم "غراند اوتيل" وليشكل وجهة اصطياف رفيع المستوى لعرب الخليج ونجوم السينما المصرية، الا انه فقد شعبيته لاحقا بسبب حرب 1967

[88] Taraki .Lisa, Urban Modernity on the Periphery: A New Middle Class Reinvents the Palestinian City, Social Text • Vol. 26, No. 2 ,2008, p66–70

والشركات الكبرى في القطاع الخاص والمصارف والفنادق مركزاً حيوياً للتسوق، وللخدمات[89]، الى أن تم إعادة احتلال المدينة.

بعد اعادة احتلال كل مناطق الضفة مع بداية الانتفاضة الثانية، تُركت المدينة في حالة من الخراب الا أن جملة من الإشارات طرأت و دلت على استعادة المدينة لعافيتها بالذات على المستوى الثقافي حيث تم في صيف 2003 افتتاح البلازا Plazza، كأول سوق تجاري في الأراضي المحتلة، وبعد عام تم افتتاح قصر الثقافة بتمويل اجنبي (ياباني) ومن ثم تلاه افتتاح مطاعم جديدة، كمطعم "دارنا"[90] القائم في فيلا جميلة مبنية من الحجر، وبات في صيف 2004 مطعما يرتاده فئات من السلطة والمنحدرين من الطبقات العليا، شيئا فشيئا بدء يعود امتلاك الليل الذي كان بين عام 2000 ,2004 خاص بجنود الاستعمار الإسرائيلي. فالتدفق المفاجئ للاستثمارات من الخليج العربي، وتسهيلات التسليفات التي قدمتها المصارف وأكوام الأوراق النقدية الخضراء التي أغدقها المانحون الأجانب والتي تدفقت بغزارة أدت الى ولادة ونمو أبراج المكاتب بطرازها الحديث[91]، وشيّدت المراكز التجارية البراقة وبيوت السكن الفخمة، وتم إنشاء اماكن عامة وقطاعات تجارية وحمامات السباحة والفنادق والمطاعم والمقاهي ومراكز الانترنت ومراكز اللياقة البدنية الراقية والملاهي الليلية الامر الذي ساهم أيضا في جذب الشباب من بلدات ومدن شمال وجنوب الضفة الى رام الله والامر الذي بلغ ذروته بعد انتهاء الانتفاضة الثانية، وقد استفادت الشابات على وجه الخصوص من الفضاءات الجديدة مثل المقاهي والمطاعم، كما أن الروتين اليومي لكثير من النساء من الطبقة الوسطى يدل على روح جديدة ونمط جديد في الحياة يظهر في تربية الأطفال، والحياة المنزلية والعمل ووصولا للترفيه مثل دروس الموسيقى

---

[89]فراج. خالد، رام الله: قرية عالمية فيها كل شيء، مجلة الدراسات الفلسطينية المجلد 18، العدد 72 ،2007، ص 7-8

[90]بالإضافة الى مطاعم اخر مثل الزان

[91]بارت، بانجمين. تر. سناء خوري حلم رام الله: رحلة في قلب السراب الفلسطيني، جرّوس برسّ ناشرون(2013)، ص 16-18

وتعلم مهارات الكمبيوتر[92]، فظهور نمط أو انماط جديدة من الحياة في رام الله مقابل وجود احياء مهمشة لم تندمل جراحها من الاستعمار، فمثلا ليزا تراكي لاحظت بدء تبلور ظاهرة اجتماعية جديدة في رام الله بفعل الاستقطاب الطبقي وهي ظاهرة التباين الاجتماعي؛ بحيث وجدت أحياء شعبية في أطراف المدينة أصبحت امتداداً لرام الله نتيجة التواصل العمراني، مثل المخيمات المجاورة، وفي المقابل الاحياء مثل حي الطيرة وحي المصيون فمثلا يمكن مشاهدة السيدات يقمن بممارسة رياضة الركض الصباحية في كل من الحيان السابقان، لكن ليس في الأحياء الشعبية، حيث يظهر التباين بوضوح على المستوى الاقتصادي بين المخيمات والاحياء الجديدة[93].

كل تلك الفضاءات والأماكن التي تم إنشاؤها لاستيعاب العطش الجديد للملذات الحضرية، نركز على فضاءات الطعام والشراب، حيث "منذ عام 2007، تفتتح حانة جديدة أو مطعم عصري كل ثلاثة أو أربعة أشهر في رام الله. منها ما يتمثل بالأناقة الباريسية مثل مقاهي " Café de Paris "و"La Vie Café" أو "La Rose"ومنها ما يعتمد على السحر اللاتيني مثل باستو Pesto أو لافيستا La Vista أو لافيدا La Vidaوتزدحم كل مساء في هذه الأماكن زمر مختلطة، تتألف من مهاجرين لاهين وشبيبة فلسطينية مدللة. حيث انتهى الحماس السياسي، والقرية تدخل في نظام العولمة[94]"، وما تبينه السجلات الرسمية من انفجار وازدياد في الاستثمار في حقل المقاهي والمطاعم بعد عام 2003 لتبلغ الذروة بين العامين 2012-2015[95]، فبناء المطاعم المعولمة مثل فندق الجراند بارك، الموفانبيك Movenpick أو المطعم "الضخمة"

[92]Taraki .Lisa, Urban Modernity on the Periphery,p76-71

[93]فراج. خالد، رام الله: قرية عالمية فيها كل شيء، ص8

[94]بارت. بانجمين، حلم رام الله، ص 19

[95]يمكن الاطلاع على سجلات الغرفة التجارية والتي توضح ذلك-أنظر الملحق الخاص بذلك-

"الراقية" كمطعم البرج التجاري و مطعم السفينة الذي افتتحه مدير عام وزارة السياحة والآثار [96]مثلا، وغيرها يعتبر كما لو كان معلما إضافيا في بناء الدولة الفلسطينية (دولة رام الله) وهذه الاستثمارات تصب في الخطاب السياسي الذي يرى ان "السلام" سينبثق من عقيدة البناء التي تستقطب الإنعامات الدولية في سبيل اظهار فلسطين على انها "دولة طبيعية" وضرورة "استحقاق الدولة" في حين يتم صناعة مخيال جمعي للشعب حول القدرة على الحياة في ظل الواقع المستعمر، والاستمتاع بمظاهر الحياة المختلفة وهذا يبدو جلّي في النشاطات الثقافية، بالإضافة لاستعمال "الإعلام الجماهيري" والذي يوجه نحو التعميم والترويج لأنماط مثالية للعيش المعاصر، وكل ما تمثله من صور وتمثلات وصناعة الذائقة، والتقنيات التسويقية الجديدة وخاصة عبر العالم الافتراضي المنتج أنماطا جديدة مرتبطة بقدرتها على إنتاج مخيال الرغبة الخاصة والتي تعطي المستهلكين الانطباع بأنهم يحققون رغباتهم وتمثلاتهم الثقافية الشخصية[97]، الأمور السابقة مجتمعة وأخص بها الدفع نحو الاستهلاك بشتى معانيه والرفاهية، والتعايش في ظل الاستعمار منبثقة من الخطاب السياسي المؤمن في المفاوضات، بالتالي كل ظهور لمطعم أو مقهى من شأنه ان يمثل وجهة للسياح أو ليعبر عن التثاقف والسلام، وأن يشعر الافراد بالرفاه ويبعدهم عن التفكير بالاستعمار ليخدم الخطاب ذاته، فالأصل وفق هذا الخطاب أن تمثل هذه الأماكن (الحقل الكافيستي) بؤر ليشعر فيها المواطن بالرضى ضمن عملية الاستهلاك(استهلاك الوقت، المادة، الثقافة ...الخ)، وتبعده عن أي عمل مضاد له، وحبسه في سجن الحياد. وهذه أحد رهانات الفئة المهيمنة في هذا الحقل (مكان لقضاء الوقت واشغال الزوار بكل شيء سوى

[96]مطعم السفينة يقع جغرافياً في مدينة البيرة، لكن يتم احتسابه ثقافيا على مدينة رام الله، جريدة الأيام http://www.al-ayyam.ps/ بتاريخ 2016\10\26

[97]السقا. اباهر، (2016)، التمثلات الجديدة في المجتمع الفلسطيني التَخَبُط التَمثُلي والمِعيَاريات الجديدة نموذج محمد عساف، مجلة إضافات، عدد35، ص 17-18

الأمور الجادة، لترويض الفرد وإشعاره ان "على هذه الأرض ما يستحق الحياة" لكن دون المساس بالاستعمار مع ضرورة إظهار التسامح والسلمية تجاه كل سائح–كما لو كان الأخير هو من سيمنح التحرر–أو أن يتبنى المقهى موقف الحياد في أفضل الأحوال، وكل فضاء جديد يتبنى أفكار مغايرة سيعتبر دخيل، طليعي بالمعنى البوردزياني، وهذا الحقل لم ينمو بمعزل عن الخطاب السياسي من ايام السلاطين إلى تشكل الدولة الحديثة المشوهة في حضن القوى السياسية، علما ان هنالك مقاربات تذكر حالات من التمرد على فكرة حيادية المقهى اذ تجلى ذلك في لقاءات الثوار(الحشد بمفهوم أولدينبورغ) وجعل المقهى مكانا للالتقاء والتخطيط في ظل غياب الوسائل التكنولوجية والاتصال من ناحية، وكمفارقة من ناحية اخرى تمت مهاجمته ومحو صفة الوطنية عن رواده واعتبار الارتياد إليه عمل غير وطني[98].

دخول اللعبة ومنطق اللعب

الحقل كمسرح للمنافسة والتي من الممكن ان تتخذ اشكال مختلفة من الصراع، فثمة شكل للصراع يفترض الاتفاق على رهانات الصراع والذي يُلاحظ على نحو واضح تماما في الميدان الثقافي وهذا الصراع يتخذ شكل سباق أو ملاحقة "سأحصل على ما عندك"[99] هذا التسابق يهدف الى مراكمة الرساميل، والوصول لدرجات قصوى من السيادة والسلطة، علما ان المقاهي كحقل أبرز العديد من النتاجات، كالمصانع التي تتخصص لعمل أثاث المطاعم والمقاهي، وأدوات الطعام المخصص للمقاهي والمطاعم، والات صنع العصائر والمشروبات بطرق أكثر تميزاً، ودورات أعداد الطعام، وتخصصات في الفندقة والمطاعم، والبرامج

---

[98]المواقف اختلفت باختلاف المناطق والوضع السياسي

[99]بورديو. بيير، مسائل في علم الاجتماع، ص328

الاذاعية حول المطاعم والمقاهي (وليس برامج الطهي فحسب)، ومجموعات التوصيل (اليوم توجد شركات في رام الله لتعمل دور "الناقل" حيث تقوم بتوصيل الوجبات من المطعم الى المستهلك) ... الخ.

العديد من الأمور تؤخذ بالحسبان (فهم قواعد اللعب) عند الهيام بإنشاء مطعم او مقهى ما كالإمعان في الحالة السيسيو–اقتصادية للمنطقة التي بصدد الاستثمار فيها وهذه الحالة تستوجب النظر الى دَخل السكان، التعليم، والاحتلال فعلى سبيل المثال اذا ما اردنا انشاء مقهى او مطعم في منطقة معظم سكانها من الطبقة الوسطى والمتدنية فسوف يكون من غير المجدي ان يكون هذا المطعم خمسة نجوم لأن قوت يومهم بالكاد يكفي لتناول وجبه فيه، وعلى العكس تماما اذا ما اردنا انشاء مطعم في حي مترف فالناس هنا سوف تنظر الى رقي المطعم وصنف الطعام لان النقود لن تشكل عائق[100]، في حالة رام الله، تبدو الارض خصبة بمنطق مبني حول الاستهلاك والاستثمار يكون من مبدأ العوامل التي ذكرتها سابقا (رام الله العاصمة غير المعلنة، "مدينة التسامح"، والتنوع الثقافي) وهذا لا يعني عدم وجود استثمارات في المدن الاخرى كالخليل وأريحا وبيت لحم "كمدينة سياحية" ولكنها على الاغلب قد تكون مختلفة كماً ونوعا[101]–لست بصدد اجراء مقارنة–، وفي ظل الشروط البسيطة لإنشاء المقاهي بالنسبة للجهات الرسمية (مثل وجود عقد ايجار، ان يكون المبنى غير مخالف هندسيا، وان يتم الكشف عليه من ناحية صحية[102]) يبدو الاستثمار محفزا أكثر.

في الفضاء المديني (رام الله) يتم التعامل مع بعض الاحياء وفق نمطية معينة اذ يتم توصيف احياء بالرقي وأخرى بالمحافظة فيبدو ان أحياء مثل الطيرة والماصيون (رام الله الجديدة) تحمل رأس مال رمزي كونه تم

---

[100]Pedersen. Brett, the sociology of restaurants, 2011,p2

[101]أماكن لتقديم الطعام والشراب ستجدها في كل المدن الفلسطينية، لكن أماكن تتبنى نماذج اوروبية وامريكية في الاستهلاك فستجدها على الاغلب في رام الله

[102]هذه شروط بلدية رام الله للموافقة على انشاء مقهى او مطعم

اختلاقها وفق نسخ حداثية ضمن "تهيئة البنى التحتية" ونمط العمارة شبه المنظم، ووفره الخدمات، لتظهر بصورة ما كأحياء فارهة، تتطلب الاقامة فيها مبالغ مالية مرتفعة أو الامتثال "لسياسة الإقراض"، بالتالي كل المقاهي والمطاعم التي يتم افتتاحها في هذه المناطق تكسب بصورة غير مباشرة رأسمال نوعي أو رمزي مثل "السمعة" أو تحقق ضمن مخيال بعض الجماعات نمط معين من الاستهلاك، وتجدر الإشارة الى ان الحديث السابق حول هذه الاحياء لا ينكر وجود فئة واسعة تعيش على الهامش بالذات في منطقة الطيرة، لكن سمعة "الرفاه" قد تَحول دون استحضارها.

من المؤكد انه لابد من رأس مال مادي لإنشاء أي مقهى أو لدخول اللعبة والتي تأخذ المخاطرة عليها كأي استثمار في مشروع اخر، بالتالي يتم فهم شروط وقواعد اللعب قبل دخول الحقل، وكلما كان الشخص الذي يهيم لإنشاء المقهى يمتلك رساميلا اجتماعية وثقافية كلما أصبح المقهى مكانا لمراكمتها، فامتلاك الرساميل الاجتماعية والثقافية من شبكة معارف وعلاقات وقرابة أو أن يكون المقهى تابع لشخصية معروفة أو فنان (هناك عدد من الفنانين لهم مقاهي على سبيل المثال) فهذا يعمل على كسب إقبال الأصدقاء والمعارف أو الجمهور وسيكون المقهى بمثابة سلعة[103] جيدة لهم لأنها تتماهى مع نسق استعداداتهم والذي سيعبر عن اذواقهم او نمط حياتهم، وبالتالي مالك المقهى والمقهى سيكسب رساميل كون القائم عليه فنان أو رجل ذو علاقات، بالإضافة لتحقيقه غايات ومراهنات مادية، مقهى زرياب مثلا كون مالكه فنان تشكيلي فذوقه يترجم في تفاصيل المكان، ويكون المكان (المقهى) بمقام سلعة بكل مضامينه ويعبر عن ذوق معين وبالضرورة انه مقبول في نسق استعدادات الرواد(الهابيتوس)، وبالتالي "جو، طابع المكان" يحقق ذوق المعارف وذوق رواد

[103] المقهى كسلعة بدءا بكونه مكان للالتقاء والجلوس والاستمتاع بالطعام والموسيقى وربما الحصول على خدمة الانترنت، وهو بحال أو بآخر يمثل ذوق زبائنه ويكون بمثابة ترجمه لأذواقهم.

الاخرين–رواد اخرين بمعني أي جمهور لسلعه جديدة عليه–، اما في حين أراد شخص اخر إقامة مقهى فإن الجهد الذي سيبذله سيكون مضاعف، وبالتالي يصبح طابع المكان اداة لمراكمة الرساميل.

اختلاق هوية وطابع المكان

صناعة وإظهار طابع خاص للمقهى يعتبر من أهم الأسس التي يستند اليها الفاعلين (المقاهي على مستوى العينة) كفاعلين منافسين في الحقل، ومن أجل ترسيم ونظم الخطوط العامة ومرتكزات الوصف تم الاستناد إلى عناصر أساسية لمكونات فضاء المقهى وهي الاسم، المكان والتصميم، الطابع، الخدمات، والفاعلين، وكان الاستناد على العناصر السابقة ليس من باب اللُّتَات بقدر ما هو من باب توضيحي وكأدوات بسيطة للتحليل تم اختيارها وفق المنطق المشغّل للفضاء واعتبارها أدوات مُمَأسِسَة للتحليل واستخراج بيانات البحث، بحيث سأظهر سمات كل مقهى من حيث المكان، الطابع، الخدمات، والفاعلين وسيتم نقاش الاسم ضمن التقديم السيميولوجي من باب عدم تكرار النقاش.

مقارنات بين المقاهي في صناعة الهوية (وصف اثنوغرافي)

يكتسب المكان هويته أو طابعة من اللحظة التي يولد بها ومن اسمه والموقع الذي يتموقع فيه ويمتد ليشمل التصميم الداخلي والديباج والإضاءة واستخدام النتاجات الموسيقية، وأصناف الطعام وطبيعة الزبائن.

1.المكان والتصميم

بداية، لنعرض "مقهى البرازيل" الذي أفتتح عام 1955 في أحد البنايات التجارية القديمة على الشارع الرئيسي الذي يصل بين رام الله و القدس مقابل سوق الخضار في مدينة رام الله أو بالأحرى يقع في "منطقة السوق الشعبي" الذي يكتظ بـ "البسطات" سواء ملابس أو بضائع تجارية أو خضار ناهيك عن دكاكين العطارة

والحلويات واللحوم والمطاعم والمقاهي الشعبية الأخرى، فعلى سبيل المثال هنالك ثلاثة مقاهي أخرى من هذا النمط في تلك البقعة الصغيرة نسبيا (مقهى الشرق، مقهى العربي، مقهى فلسطين) وكل من مقهى البرازيل وفلسطين والشرق علاقتهم أفقية مع الشارع والسوق أما مقهى العربي فهو يقع في الطابق الثاني في احد البنايات مقابل المقاهي الأخرى ويمكن فهم انتشار هذا النمط من المقاهي في ظل اعتبار تلك المنطقة شعبية بمعنى كل ما هو متوفر فيها سواء من سلع أو خدمات بمتناول الأفراد العاديين من الفئات البسيطة ماديا، ونشوء هذه المقاهي تزامن مع بداية ظهور سوق الخضار الشعبي ووقوعه على طريق مهمة في ذلك الوقت، بالتالي اصبحت المنطقة كبقعة شعبية تستثني احتمالات نشوء أي مكان ثالث غير شعبي بمعنى من الغير الممكن ان تجد فيها مقهى "راقي" أو يستهدف فئة من الطبقة العليا، أو في افضل الاحوال يتبنى نمط اوروبي أو أمريكي.

ينتشر على عتبات المقهى ما يقارب عشرة كراسي بلاستيكية وبعض الطاولات البلاستيكية الصغيرة مصفوفة في صف واحد لكي تشكل الحيز أو القسم الأول من المقهى، فالمدخل الذي يشبه المداخل الزجاجية الكبيرة للمحلات التجارية و له بابين زجاجيين جُعلت عتباته مرفأً لاحتساء القهوة وتدخين النارجيلة وهو بالتالي يمثل فضاءً خاصا يعتدي على الفضاء العام فبإمكان أي عابر للشارع أن يسير من جوار رواد المقهى ويستمع إلى أحاديثهم أو يتعثر بهم كونهم جالسين في رصيف المشاة، وهذا السلوك الواضح لرواد المقهى والذي يشعرهم بأنهم جزء من الفضاء العام حيث يتابعوا معظم التفاصيل التي تحدث أمامهم في الشارع والسوق، و هذه المشاركة لا تتعدى النظر وربما الحديث مع أناس معروفين للزبائن واستيقافهم لحظات أو دعوتهم للانضمام اليهم، بالمناسبة هناك عرف أو قانون متعارف عليه لعدم التعرض للمارة، وهذه الميزة – جزئية كمقهى

الرصيف– من النادر ان تجدها في مقاهي أخرى –غير شعبية–، أو في مناطق خارج منطقة السوق الشعبي، علما ان هناك العديد من المقاهي تستخدم الشُرّف كإطلالة على الرصيف.

أما في الداخل فتنتشر في المقهى ما يقارب ثمانية طاولات معدنية القاعدة خشبية السطح من الحجم المتوسط موزعة على امتداد المساحة المفتوحة وصولا إلى القسم الخاص بإعداد المشروبات والاراجيل "المطبخ"، الغرض أو الدور الأكبر الذي تقوم به هذه الطاولات بأن تمثل ساحة للعب الورق، حيث كل طاولة "نموذجية" تحاط بأربعة كراسي بلاستيكية من الأربع جهات باستثناء بعض الطاولات التي تكون متلاصقة بالجدار الجانبي للمقهى بالتالي تفقد كرسي او اثنين، يرافق هذه الطاولة المربعة الشكل و التي قد يبلغ مسطحها 70×70سم ترابيزتان أو أكثر[104]، هذه الأخيرة تقوم بوظيفة حمل فناجين القهوة أو كؤوس المشروبات الأخرى و ليوضع عليها أيضا مِنفَضة "مرمدة سجائر"، وبالتالي تبقى مساحة الطاولة الرئيسية خالية لتشكل ميدان للعب الورق، حيث لعب الورق يعتبر أحد الطقوس المحركة لهذا الفضاء والتي يمارسها معظم الفاعلين في المقهى أثناء مبادلتهم الحديث واحتسائهم المشروبات والتدخين.

بالإضافة للطاولات داخل المقهى يوجد نموذج مماثل لنموذج الكراسي الموجودة على عتباته فالكراسي البلاستيكية المصفوفة والتي تستند على واجهة كاملة من الجدران الداخلية للمقهى يلازمها ترابيز، وبالتالي يتحقق أيضا استثمار لمعظم مساحة المقهى فمما لا شك فيه ان هذه الكراسي التي يبلغ عددها نحو 20 كرسي والتي تجدها تستند على كل بقعة متاحة من جدران المقهى حيث ستجد أن بين كل طاولتين جانبيتين كرسيين أو ثلاثة كراسي تستند على الجدار مُشكّلة خط واصل بينهما، هذا الاستثمار للبقع المتاحة يقود في

104 مثنى تَرابيزَة وهي طاولة صغيرة الحجم، وتبلغ مساحتها ما يقارب 35×35 سم وما يميز هذه الترابيز في مقهى البرازيل كونها مرتفعة –أي طويلة المقام-لِتصل الى مستوى الطاولة الكبيرة.

التحليل الأخير إلى الهدف الاقتصادي المرجو من المقهى، وبالتالي يمكن فهم وجود الكراسي على العتبات الخارجية بالإضافة إلى استحضار نمط مقاهي الأرصفة.

وكمثال اخر على مقهى شعبي أكثر شبابيا، مقهى "ايفل" الذي تم إنشاءه في أواخر التسعينيات في عمارة "العسعس" حيث اتخذ من الطابق الأخير فضاءً له، هذه العمارة تعتبر في وسط المدينة نسبيا ويقيم فيها عدد أخر من المقاهي وفضاءات الطعام مثل "علي بابا"، "صالتنا"، "زيت وزعتر" و"مطعم سابا"، ناهيك عن المحلات التجارية في نفس العمارة ومحيطها، فرام الله صغيرة نسبيا كصغر "الدولة" ومكتظة بالمحال فهي أساسا لا تقدم سوى الخدمات–اقتصاد خدماتي فقط–.

يمكن الوصول لمقهى "ايفل" باستخدام طريق الدرج او المصعد الكهربائي المخصص للمقهى فقط، حيث يحتل المقهى الطابق الأخير كاملا وينقسم من الداخل الى قسمين تحتم عليه ذلك بسبب التصميم الهندسي للبناية، القسم الأول جهة الجنوب يطل على الشوارع الرئيسية للمدينة والقسم الآخر يطل على أنهج فرعية للمدينة ويمكن من خلاله رؤية بعضا من الشوارع الرئيسية.

في القسم الشمالي يوجد 30 طاولة مربعة الشكل بحجم 70×70 يرافقها أربعة كراسي و ترابيزة على طرفين، أما الطاولات التي يحيطها فقط ثلاثة كراسي فتكون ملاصقة للواجهات الزجاجية التي تلف المقهى من جانبين، من الواضح أن هذا النوع من الطاولات – معدنية الساق وخشبية السطح–من أكثر الأنواع انتشارا في هذه المقاهي والسبب يعود في ذلك إلى ضرورة الحركة اليومية لقطع الأثاث عند التنظيف، ناهيك عن استخدام هذه الطاولات الصغيرة الحجم لاستثمار اكبر عدد من الأشخاص حيث الغرض منها يكون للعب ووضع الطعام والشراب، في مقهى "ايفل" تم تثبيت قطعة زجاجية مسطحة بحجم الطاولة وذلك على ما يبدو

لتسهيل عملية مسح وتنظيف الطاولة، وفي هذه الجزئية البسيطة وجدت الشركات الخاصة طريقها إلى المقاهي حيث كانت مهدا لإعلاناتها، حيث يوجد بين قطعة الزجاج التي على الطاولة وسطحها إعلان بحجم الطاولة لشركات الوطنية موبايل، والفكرة ذاتها موجودة في مقاهي من نفس النمط لصالح شركات أخرى.

يوجد في هذا القسم أيضا نمط من الجلوس على الأرائك مشابه لغرف الجلوس الموجود في معظم المنازل الفلسطينية (لا أدعي أصالتها أو انها ذات طابع فلسطيني، وإنما استجلاب جزئيات البيت الى فضاء المقهى) إلا أن الأقمشة التي تغطيها مصنوعة من "السدو[105]"، حيث يمكن ان تستوعب هذه الجلسة ما يقارب 15 شخص، ولا يوجد فيها طاولات، باستثناء انه يتم وضع طاولة صغيرة "ترابيزة" عند طلب مشروب.

القسم الآخر جهة الجنوب ومطل على شارع "ركب" مشابه للقسم الأول فهو فضاء مفتوح فيه 24 طاولة من نفس الحجم ويوجد بعض الأرائك التي تستند إلى الجدران ليكون وجه الجالس باتجاه الفضاء الداخلي، كما وتوجد ثلاثة شاشات متوسطة وكبيرة الحجم، ومدفئة في الوسط ومكيفات، يبدو السقف لهذا الفضاء المفتوح مصمم من ديكورات جبسيه ومليء بالأضواء ولونه ابيض قريب جدا من لون بلاط الأرضية والجدران، وهذه الأخيرة نصفها السفلي مرصوف ببلاط "بورسلان" والنصف العلوي مطلي بدهان ابيض وهذه الجدران لا تحمل سوى مكيفات التبريد وبعض من الرموز الدينية مثل كلمة "الله"، "محمد" المصنوعة من خشب، أو اقتباسات من القران، ولا يوجد أي لوحات او صورة أيضا سوى ملصق كبير يمثل إعلان لشركة “XL Energy Drinks” إحدى منتوجات الشركة وهو "مشروب طاقة" يقدم في المقهى أيضا، كما أن احد الجدران يحوي حوضاً للأسماك "اسماك الزينة" كمظهر جمالي، بالإضافة إلى شاشات عرض المباريات وأحيانا يتم

[105] السدو هو النسيج الذي يكون منسوج على طراز أفقي، وغالباً ما يستخدم وبر الجمل أو شعر الماعز لحياكته.

عرض فيديوهات صوت وصورة، لكن معظم الوقت يتم تشغيل أغاني بالذات الأغاني المعاصرة أو الأغاني الحديثة والتي لها جمهورها من الشباب ومرتادي المقهى.

أما مقهى "زرياب" فهو يمثل نمط جديد أو بالأحرى مختلف عن سابقه من المقاهي حيث يجمع بين المقهى والمطعم، منذ تم افتتاح المقهى عام 1997 في "عمارة صلاح" إحدى أولى البنايات في مدينة رام الله والمقامة عام 1927 في وسط المدينة في شارع ركب، في البداية كان المقهى/المطعم كما لو كان "أستوديو" لعرض اللوحات وإقامة حفلات موسيقية، وتقديم الطعام، ومكان للالتقاء، ليحدث عليه "تطور" كبير –أنظر صورة المقهى سابقا–.



صورة لمقهى "زرياب"في بداياته: كمعرض لوحات واستوديو

يحيط اليوم هذا المقهى جملة من فضاءات الطعام فستجد "مقهى رام الله" ومحل "كرامة للحلويات" في الطابق السفلي المطل على الشارع ويحده "بوظة بلدنا" ومطعم "الناصرة" ويقابله "المطعم الصيني".

معظم تصميم المحل وتشكيل فضاءه تم على يد الفنان التشكيلي تيسير بركات–مالك المقهى أيضا–، *فكرته handmade...صاحب المحل نفسه يصنعهن*[106]"، إذ يتكون المكان من ثلاثة أنماط من الجلوس، النمط الأول وهو النمط المعتاد من الجلسات حيث الفضاء المفتوح (الصالة) وثانيا الخيمة او الجلسة العربية وثالثا الشّرفات ولكل نمط من هذه الجلسات بعده الحميمي.

في الصالة هذا الفضاء المفتوح الذي يضم حول 15 طاولة خشبية وتبدو الأخيرة أكبر حجما من الطاولات الموجودة في المقاهي الشعبية وهذا من مدخل وظيفي بامتياز لان وظيفة الطاولة في هذا الفضاء تعدت كونها مكان لوضع الشراب و"الساندويشات"، حيث تم إزالة أوراق اللعب من هذا الفضاء بالتالي الطاولة تعد فقط من أجل أن يوضع عليها الطعام وليس أي أكل وإنما الوجبات الرئيسية التي يرافقها عدد من المقبلات والسلطات والحساء، يرافق الطاولة أرائك بدل الكراسي وهذه الأرائك زوجية المقعد – *بالكاد يوجد مقاعد فردية في المكان إذ معظم المقاعد خشبية مغطاه بالقماش وتتسع لشخصين او أكثر* –وهذه دعوة يمكن فهمها من مرتكزين الأول من الباب الحميمي حيث الحواجز تكون مفصولة بين المستخدمين لأنهم أساسا ضمن علاقة في معظم الأحوال وبالتالي تعكس أيضا مدى صلة وتقرب الطرفين بعضهما لبعض وكون الرواد من كلا الجنسين بالتالي الكراسي الفردية تتواجد أكثر في المقاهي الذكورية، والمرتكز الثاني نابع من فكرة وجود أربعة مقاعد من هذا الصنف وبالتالي يفتح المجال لثمانية أشخاص للجلوس على الطاولة الواحدة وهذه دعوى لمدى قابلية الفضاء باستيعاب المجموعات.

---

[106] مقابلة مع مدير زرياب



زرياب: طاولة الجلوس والمقاعد الموجودة في الصالة بالإضافة إلى التصميم الحديث

تطغى على المكان الألوان الخشبية فالسقف في الصالة عبارة عن مجموعة من الاماليد الخشبية والحصائر القشية المتشابكة ببعضها البعض، وفي المقابل الأرضية لونها بني داكن وأجزاء منها مفروشة بقطع قماش مخططة تميل للألوان الترابية، وليس هذا وحسب بل معظم تفاصيل المكان لونها خشبي أو رمادي سواء من الطاولات والمقاعد والجدران واللوحات وقائمة الطعام.

أما في القسم الثاني أي الخيمة أو بيت الشعر (الجلسة العربية كما يسمونها في زرياب) فيبدو الوضع من ناحية الجلوس مماثل كون الرواد يجلسون على أرائك ولكن ما يميزها أنها مصنوعة من نسيج السدو وهو" نسيج يدخل في أغلب مكونات بيوت البادية التي عمادها الخيمة وما يتعلق بها من بسط ومساند وغير ذلك[107] بالتالي استحضار كبير لنموذج بيت الشعر في البادية من الشكل والنسيج والتفاصيل الصغيرة كأواني

[107] الربيعي. شوكت، مقدمة في تاريخ الفنون التشكيلية العربية–الجزء الثاني، نشر اوثر هاوس–بلومنغتون،2014، ص59

القهوة مثل " الدلال والأباريق والفناجين" لكن تم موائمتها مع النمط المديني حيث تم إضافة طاولات إلى الجلسة و المجالس أساسا مرتفعة عن الأرض؛ فهي على شكل مقاعد وهذا غير موجود في بيت الشعر إذ تكون المجالس من نفس النسيج لكن عبارة عن فُرّش أرضية، ففي نهاية الامر؛ الشخص العابر ليس من أهل البادية ولا يمكن ان يكون بدوياً، والفكرة من استحضار انماط في زمن غابر او انماط من ثقافة اخرى تقف على حدود البصري في معظم التفاصيل مثل (الجرن، الببور (بريموس)، السراج الصخري، الطاحونة الصخرية، البكرج، الثوب الفلسطيني... الخ) فهي ليست للاستخدام وانما من اجل أن تساعد في اكتمال المشهد البصري، ووضع مثل هذه الادوات كجزء من تصميم فضاء المكان وارد بكثرة في عدد وافر من المقاهي والمطاعم.



خيمة زرياب اذ تظهر فيها الجلسة كاملة ومنسوجات السدو

أما الفضاء الثالث في "زرياب" وهو الشرفة ويوجد منها ثلاثة، كل واحدة تتسع لمجموعة أشخاص يمكن من خلالها رؤية شوارع المدينة، وهذه الشُرّف تبدو صغيرة أو بالحجم المعتاد للمنازل القديمة، فالبناية في الأساس يسكنها نزلاء منذ إنشائها كونها بيت سكني أساسا، إلا أن الرأسمالية وجد طريقها إلى هناك بسهولة.

أحد عناصر العينة المكانية مقهى "حلب" يقع المقهى الذي تم افتتاحه في شهر 8 حزيران 2016 في مدينة رام الله في شارع ركب يحده العديد من فضاءات الطعام والشراب، مثل المطعم الصيني وحلويات جعفر، وبوظة بلدنا...الخ، فضاء المدينة صغير ومليء بفضاءات الطعام والمسافة بين فضاء وآخر لا تتجاوز عشرات الأمتار، وهذا مفهوم ضمن التسارع الاستهلاكي الذي يصيب المدينة.

يبدو المقهى ذو طابع شبابي وهو يتقاطع مع مقهى "جفرا" ومقهى رام الله كونه مقهى "شعبي" عابر للجنس، والمكان عبارة عن صالة مفتوحة تحتوي على ما يقارب 25 طاولة وكراسيها، الطاولات مصنوعة من قاعدة معدنية ومسطح خشبي مغطى بلوح زجاجي من نفس الحجم –بين الزجاج واللوح الخشبي لوحة لشعار المقهى، مرصوف بأرضية مبلطة بالبلاط البني – البورسلان–أما السقف فهو باللون الأبيض وفيه تقاطعات من الديكور باللون الخشبي، يحوي الفضاء المفتوح على بار صغير يتسع لأربعة كراسي، وموقد للتدفئة، أما الجدران عليها رسومات تجسيد لفنانين عرب مثل (لينا شماميان سعاد ماسي وفيروز) وصور أخرى مثل "بوب مارلي" و"تشي جيفارا"، بالإضافة لوجود رف من الكتب التي يمكن للزبائن استعارتها، ومهد للزخرفات والصور الفنية، وهناك عدد من اللوحات وصور لبيوت حلب ولوحات لأبواب المدينة ذات السبعة أبواب. هناك أنماط من الجلوس مثل الأرائك مكرر ثلاث مرات وأحدها من نسيج "السدو"، ومعظم الأثاث يدوي الصنع (الديكورات، المكتبة، التجهيز عن طريق الثلاثة القائمين على المكان وإضافات من لوحات ورسومات من رواد وأصدقاء المقهى).

سأعرض مقهى أو فضاء آخر قطع شوطا فكريا أطول في مفهوم المقاهي أو يمثل فكرة طليعية في وجه الفكرة المهيمنة، وهو "رمانة" حيث يقع هذا المقهى الصغير والذي افتتح في شهر شباط 2016 في بيت قديم، وسط البلدة القديمة في مدينة رام الله، حيث تم إعادة تأهيل وترميم البيت بجهود شخصية (كون القائم على رمانة مهندس معماري) والتفاصيل والأدوات الموجودة في المقهى تم صناعتها يدويا باستثناء الكراسي حيث تم شراءها علما أنها مصنوعة يدويا[108]، يتكون المقهى من ثلاثة فضاءات للجلوس وهي الترس الخارجي والذي يشكل المدخل أيضا حيث يضم طاولتين، والصالة الداخلية حيث تشمل ما يقارب 10 طاولات وكراسيها والفضاء الثالث للجلوس حيث يمثل مكان الجلوس الرئيسي بالإضافة إلى العلية ذات الجلسة العربية.

لرمانة فلسفة جديدة حيث لا يتم اعتباره مقهى او مطعم اذ يعتبر أقرب لفكرة الملتقى الثقافي التي يسعى القائمين عليه لتمكينها، *" فعليا رمانة المسمى الصحيح له مقهى شعبي ثقافي"* والفكرة الأساسية تهدف" *الاستفادة من فكرة المقهى، بعد دخول العولمة بات المجتمع استهلاكي يأخذ الأشياء من البيت لمكان معين "مطعم" والناس تذهب وتدفع مقابل ذلك فلماذا لا يستفيدوا من أشياء أخرى،* فبإمكان أي شخص الاستفادة من لقاء ثقافي او مشاهدة فيلم أو قراءة كتاب أو انهاء عمل ما خلال احتساء فنجان قهوة، *"فيك تقرا كتاب او تدردش، فيلم مجاني، تسمع شاعر دون مقابل ... احنا بنروح لفكرة مقهى ثقافي، وبعاد كتير عن المادة[109]"*، وبالتالي رمانة أقرب لفكرة "book cafe" كما يصفها القائم على الفكرة حيث ان مثل هذه الفضاءات نادر في الوسط العربي والفلسطيني بالذات.

---

[108] القائمين على تأسيس رمانة ثلاثة اشخاص أحدهم مهندس معماري واخر فنان واخر ...، الكراسي تم شرائها ضيقا للوقت فقط

[109] كلام مدير "رمانة"

يَعتبر القائمين على رمانة أن هذا الملتقى يتكون من ثلاثة محاور أو جزئيات الأولى المكتبة وهي عبارة عن رفوف من الكتب تضم ما يقارب 700 كتاب باللغة العربية فقط حصلوا على معظمها تبرعات من أشخاص ومؤسسات (الكتب تتناول مواضيع مختلفة مثل الأدب، الشعر، السيسيولوجيا والثقافة والسياسة) وأشار لي المدير أن هناك عدد كبير من الكتب التي لا يوجد مساحة كافية لعرضها.

أما المحور الثاني وهو الموسيقى العربية البحتة والتي تتوفر فيها ثلاثة سمات (كلمات، لحن، وصوت[110]) بالتالي التركيز *"لا يكون على التجاري والمبتذل من الأغاني"*، والباب مفتوح أيضا للموسيقيين بأن يقوموا بالعزف او الغناء داخل رمانة، ناهيك أن رمانة ترتب او تسهل الطريق لقيام حفلات لفرق عربية مثل "دار قنديل" و"الإنس والجام" وهنا تجدر الإشارة إلى ان "رمانة" تقوم بالتنسيق وليس التمويل.

المحور الثالث المكان (الفضاء المفتوح) والذي يشمل الجلسات وفيه يتم تقديم عروض السينما كل يوم اربعاء تقريبا، وعرض منتجات أعمال يدوية لفلسطينيين مثل (لوحات وزخارف خشبية، او روايات وكتب ...الخ)، ويتم فيه احيانا توقيع روايات او كتب في رمانة او نقاط بيع وتعريف الرواد بالكتاب الفلسطينيين وتشجيعهم.

وكمثال اخير في العينة مطعم "أرجوان" "Orjwan Lounge" الذي يمكن اعتباره مثال على أنماط المطاعم الحداثية حيث يقع "أرجوان" في حي الماصيون الملاصق لمدينة رام الله، يقوم بتقديم المأكولات والمشروبات لرواده حيث يتخلله أربع ساحات أو أقسام الاول يتكون من ساحة الطعام والآخر هو الحانة أو "البار" و ساحة خارجية تستخدم في الصيف غالبا حيث فيها كراسي ومظلات واتصال داخلي مع المكان وهناك قاعة داخلية، وكل الأماكن الأربعة مهيأة لجلوس الأفراد وكل فضاء يختلف عن الآخر من حيث التصميم فمثلا

[110] يقصد بالصوت، اي الصوت الجميل وغير المزعج.

"البار" مفتوح على قاعة المائدة لكن هناك اختلاف بين نمط الكراسي والطاولات، فخصوصية الحانة تتطلب كراسي مرتفعة الساق، في حين في قاعة المائدة تكون الكراسي قصيرة مع عدد من الطاولات أما الغرفة الداخلية يكون تجليسها عبارة عن أرائك وطاولات قصيرة، أما البناء عبارة عن بناء قديم مضاف إليه بناء خشبي يفصله عن الساحة الخارجية جدار زجاجي، والأرضية مصنوعة من خشب.

توليفة

يظهر أن التصميم الداخلي للمكان والاهتمام بالنواحي الجمالية والفنية فيه تساعده في فرض طابعه، وعند النجاح في ذلك سيمنحه بصورة ما شرعية تجاه الامور المادية مثل الاسعار بحيث يجعل السعر مقبول للمستهلكين بما يتماشى مع الهابيتوس الخاص بهم.

كما وتبدو عملية السعي واضحة حول تحقيق أكثر كم من الراحة للزبائن حيث يظهر ذلك في توفير أكثر من نمط للجلوس، فكرة الدمج بين الماضي والحاضر، القديم والحديث، لكن ماذا عن الخدمات التي توفرها هذه الأماكن، الامر الذي سنورده في الفقرات القادمة بسرد منفصل لكل مقهى.

2.الخدمات

كل فضاء او فاعل يحاول ان يتميز عن سواه بتقديم خدمات معينة، او مميزة، وأحيانا "بصمة"، بالإضافة الى الخدمات الأساسية التي تمثل فحوى عمله، في الفقرات القادمة سوف نسرد هذه الخدمات والتي تشمل وسائل الراحة والتسلية والطعام والشراب، لتقديم فهم حول كيفية لعب هذه الخدمات دورا في منح المكان طابعه.

مقهى البرازيل: الخدمات

قائمة الشراب شفويه وما يقدمه المقهى من شراب يقتصر على المشروبات الساخنة من القهوة ومشتقاتها والزهورات والشاي، والمشروبات الباردة من مشروبات غازية وعصائر مصنّعة وأخرى طبيعية، كما ويقدم النرجيلة بالتمباك والمعسل وسجائر "الدخان العربي"[111]، أما الطعام فلا يتم تقديمه نهائيا. يقدم أيضا لعبة الورق وهي اللعبة الأساسية في هذا المقهى بالإضافة الى طاولة الزهر "الشيش بيش" والتي تستخدم بشكل بسيط، يمكن ان تجد بعض الألعاب الأخرى في المقاهي الشعبية الأخرى والتي يرتادها الذكور المتقدمين بالعمر مثل الشطرنج او طاولة الزهر، كما وتوجد شاشة تلفاز واحدة مثبته على القسم العلوي لإحدى الجدران الجانبية التي تتيح للمرتادين مشاهدة المباريات الرياضية أحياناً.

مقهى ايفل: الخدمات

يقدم هذا المقهى العديد من العصائر الباردة الجاهزة والمشروبات الغازية وكما يقوم بتحضير قائمة كبيرة من العصائر الطبيعية وعصائر الكوكتيل التي يخلط معها أنواع من المكسرات والبسكويت والبوظة، بالإضافة إلى قائمة المشروبات الساخنة من القهوة والشاي والزهورات ومشتقاتها والنسكافيه والاسبرسو والكابتشينو. الخ، بالإضافة الى تقديم الاراجيل بالذات اراجيل المعسل[112]، يقوم المقهى بتقديم عدد من السندويشات أيضا مثل اللبنة والحمص والسجق و"الشنيتزل".

---

[111] نبات الدخان العربي، يتم زراعته وقطفه وتجفيفه وتصنيعه بطرق بسيطة في مناطق مختلفة في محافظة جنين على الاغلب دون إضافة أي مواد عليه، وله جمهور كبير نسبيا، ثمن العلبة الواحدة يتراوح بين 5-8 شيكل

[112] طبعا اراجيل المعسل متعددة الأطعمة والنكهات ويتم تقديمها اما في الرأس الصناعي للنارجيلة أو يقوموا بتبديل الراس ويضعوا بدلا منه ثمرة فاكهة مفرغة يتم حشوها بمادة المعسل، ويطلقون عليها اسم "فررش" للدلالة على انها طازجة وغير صناعية، وبالمناسبة هناك فرقية في الثمن ترجح للأخيرة.

ما يقدمه أيضا من خدمات مشاهدة مباريات كرة القدم مثل كأس العالم للأندية وغيرها، كون هذه المباريات تعرض على محطات حصرية وباشتراك بالتالي يمنح هذه المقهى فرصة مشاهدة هذه المباريات دون مقابل أو بالأحرى مقابل جلوس الشخص وطلبه للشراب، وتجدر الإشارة إلى أن المقهى يوجد فيه 8 شاشات بين متوسطة وعملاقة موزعة على القسمين وبالتالي كل جدار عليه شاشة والهدف الأساسي منها هو عرض المباريات– كون غالبية رواده من الشباب الذكور وكون الرياضة وبالذات كرة القدم لها جمهورها الشبه واسع في الوسط الفلسطيني–، وفي الأوقات التي لا يوجد فيها مباريات تعرض الشاشات أفلاما او فيديوهات لكن دون صوت والصوت يكون لأغاني أخرى تبث على جهاز الصوت والسماعات.

يحاول المقهى ان يقدم أقصى درجات الراحة للجالسين فلقد وضع مكيفات تقوم بالتبريد صيفا وتوفر مصدر دفئ شتاءً بالإضافة إلى مدفئة وضعت في وسط القسم الجنوبي من المقهى، ناهيك عن وجود جهاز شفط الأبخرة ودخان النراجيل، ووجود الجلسات الملاصقة للواجهات الزجاجية التي تفتح المجال للأشخاص الذين يجلسون بالداخل للنظر إلى الحياة العابرة في الخارج/الأسفل.

وهذا المقهى شأنه شأن المقاهي الشعبية حيث يوفر فضاءً للتسلية بالإضافة إلى الأحاديث فهو يفتح المجال للعب الورق والنرد والشطرنج كما يوفر معها أوراق وأقلام لتسجيل النقاط بين اللاعبين تعزيزا لدور التسالي في هذا الفضاء.

زرياب: الخدمات

يقدم العديد من المشروبات الساخنة والباردة والكحولية وبعض من أصناف الطعام حيث يركز على بعض الأصناف العربية والعالمية من أجل ان يتقنها ويقدمها للزبائن بأبهى حلة "*المطبخ كخبرة وصلنا الى مرحلة*

ما في داعي نعمل كثير أصناف من أنواع الأكل، لأنه عند الضغط بتصير تطلع الأشياء مش متقنة، عشان الأكل يطلع تمام[113]"، فبالتالي تخصص في عمل أصناف معينة من الطعام العالمي والعربي، وبالطبع وجود النارجيلة مطلب أساسي لعدد واسع من الرواد.

مقهى حلب: الخدمات

يقدم النراجيل والمشروبات الساخنة والباردة والعصائر الطبيعية والكوكتيل، ووجبات خفيفة مثل وجبات الإفطار "سلطات، حساء، مقالي" وساندويشات أيضا، كما يقدم العديد من العاب التسلية مثل ورق اللعب والدينمو والزهر والشطرنج. الخ، بالإضافة الى ميزة استعارة الكتب من رف الكتب، حيث يمكن للرواد ان يستعيروا أي كتاب يريدونه.

ملاحظة: شاشات التلفاز تعرض أفلام او إعلانات دون صوت ولا تستخدم لعرض المباريات –على سبيل المقارنة مع المقاهي الأخرى–، أي وكأنها ديكور واجب للمقهى ومتطلب بصري لا أكثر.

رمانة: الخدمات

قائمة الطعام والشراب خفيفة تأتي من المطبخ الذي يتم تهميشه كونه يعتبر كملحق فقط، وهو عبارة عن مطبخ كلاسيكي مثل "مطبخ البيت" بأدواته البسيطة كالثلاجة او "الغاز" وخلوه من ماكينات اعداد الطعام والشراب، حيث يقدم مأكولات تصنف بانها شعبية بسيطة "حمص، بندورة، بطاطا، وبعض المقالي الأخرى، والمشروبات الباردة والساخنة.

[113]مقابلة مدير زرياب

من الخدمات والميزات أيضا كما أسلفت في موضع سابق أن الملتقى أو المقهى يقوم بتقديم أنشطة متعلقة بكتاب فلسطينيين، مثل استقبال ونقاش الكتّاب والروائيين مباشرة أو عبر الانترنت، العمل على تشجيع الكتاب الجدد ومهداً للترويج أو "بيع" لأعمالهم، بالإضافة إلى عقد ندوات حول مواضيع معينه.

"أرجوان": الخدمات

قائمة الطعام التي تتوفر باللغة الإنجليزية والعربية –كانت سابقاً بالإنجليزية فقط[114]والتي تشمل عدداً واسعاً من الوجبات بالإضافة إلى أنك تجد معظم الأكلات العربية والفلسطينية تُخالط بلمسة عالمية مثل أن يقدم "المسخن مع لحم البيكن[115]" أو "أن تصنع أكلة(المجدرة) من الرز الايطالي"، بالإضافة إلى تقديم عدد متنوع من المشروبات الباردة والساخنة ووجود آلات خاصة لإعدادها مثل "الة إعداد الاسبريسو، و Draft beer، وإحدى الميزات الرئيسة أن "أرجوان" يقوم بتسويق أكلاته في المحال التجارية الكبيرة مثل "برافو" وهذه ميزة فريدة أو "بصمة" بالمعنى البورديزياني.

توليفة

الخدمات في كل الفضاءات متنوعة والمعظم يحاول ان يوفر التميز في قوائم الشراب والطعام من خلال إما توفير اكبر قدر من اصناف الطعام المختلف، وإما من خلال التخصص في اتقان اصناف محددة وعلى الاغلب باستخدام مكونات اضافية لتميزها، بالذات المطاعم القائمة على خدمة تقديم الطعام مثل "زرياب" و"ارجوان"، في حين المقاهي الشعبية لا يوجد فيها قوائم طعام مثل "البرازيل" أما "ايفل" فقائمة الطعام بسيطة

---

[114]حيث كانت في البداية بالإنجليزية فقط بحكم أن معظم الزبائن من غير العرب وعوضا عن ان الزبائن الفلسطينيين يمتلكون الرساميل النوعية (اللغوية) الكافية.

[115]على اعتبار ان المسخن الفلسطيني يجب ان يقدم مع الدجاج وليس اللحم

ولا تتعدى الساندويشات العادية، واجمالا تجد في معظم المقاهي التوجه نحو توفير مختلف رغبات الرواد من الطعام بحيث من القليل أن تجد مطعم متخصص في طعام ما مثل "المطعم الصيني" الذي ستجد لديه النراجيل والمشروبات الغربية والعربية، وهذا الحال ايضا في أي مطعم متخصص للأكل الايطالي –جدلا– فالذائقة والثقافة الاستهلاكية على ما يبدو لم تصل للحد الكافي لكي يتوفر لها منتج (سلعة) خاصة بمجموعة معينة، فعدم التخصص هذا نابع في المقام الاول من غاية تحقيق رغبات أكبر قدر ممكن من الزبائن والتي ترتبط في التحليل الاخير بالربح ومراكمة الرساميل المادية.

3. الفاعلين في تلك المقاهي

يمكن اعتبار الفاعلين جزءا أساسيا في منح المقهى طابعه، والرواد على وجه الخصوص، يمنحون المقهى صفة ما، بحيث ستفهم طابع المقهى إذا علمت من هم رواده ومن أي فئة عمرية أو طبقية ينحدرون، في الفقرات القادمة سيتم سرد بعض المعلومات الوصفية حول رواد مقاهي العينة، ليتم توظيفها في نقاش سيسيولوجيا الجمهور.

مقهى البرازيل: الفاعلين

جاءت فكرة المقهى في ذلك الوقت كأي مقهى شعبي امتداداً للمقاهي التركية او المقاهي الفلسطينية الساحلية، او حتى المقاهي المقدسية، من الجد الأكبر وتوارثه الأبناء وصولا للجيل الثالث اذ يديره ثلاثة من الشباب الذين ورثوه عن الآباء والجد، ومنذ تأسيسه والى اليوم ما زال رواده من الذكور المتقدمين في العمر "*مثل ما انت شايف المعظم ختايرة وناس كبار في العمر*[116] " ويمكن ملاحظة هذا في معظم المقاهي الشعبية اذ كما لو أنها توسم لكبار العمر، وفهم علاقة او محافظة المقهى على هذا الصنف من الزبائن

[116]مقابلة مع أحد العاملين في مقهى "البرازيل"، يمكن ان تلاحظ هذه المعلومة بنفسك وبكل سهولة، والأثنوجرافيا خير داعم لذلك.

يكمن ضمن الفهم التأويلي التاريخي وعلاقات الإنتاج ،شأن المقهى شأن الخانات سابقاً اذ كانت تنشأ على راصفة الطرق الهامة، فمعظم الفاعلين أو كما يسميهم اولدينبرغ "الزبائن الأوفياء، المخلصين" لهم باع طويل في المواظبة على الذهاب لهذا المكان بالتحديد منذ ان كانوا شبابا، "*محسوبك خدمة علم*[117]"، "*انا زبون عند الشافعي من زمن الختيار*[118]"، فالعلاقة مع المكان وسلطته جعلت من الفاعلين لا يجدوا ملاذهم الا في هذا المكان، فكان بالنسبة لهم مهداً للقاءات ومصدراً للأخبار واستمرت العلاقة لمكبرهم، بالتالي الذي اعتاد على الذهاب الى هذا المكان وهو في سن الشباب هرم وهو يرتاد اليه بالإضافة الى كون الخيارات محدودة (عدد المقاهي في ذلك الوقت كان قليل)، بالإضافة الى المقاهي التي تناسبهم في الوقت الحالي نادرة أيضاً.

الرواد المتقاربين في العمر معظمهم أشخاص متقاعدين او موظفي دوائر حكومية وأجهزة الدولة أو أساتذة جامعات وأطباء أو عابري سبيل جاءوا للالتقاء بأحدهم أو جاءوا الى السوق الشعبي.

مقهى ايفل: الفاعلين

يعمل في المقهى ثمانية فاعلين بين محاسب ومتخصص إعداد العصائر ومتخصص إعداد النارجيلة وآخرون لخدمة الزبائن ويبدو أن هذا العدد لم يتغير منذ زمن ففي دراسة أجريت 2003[119] وثقت أن عدد الموظفين كان 8 أشخاص وهذا قد يشير إلى تقسيم العمل وان الأدوار الثمانية رئيسية في ضمان الاستمرارية وتحقيق رضا الزبون من حيث الخدمة، فالتقسيم واضح هناك محاسبين اثنين، وشخصان مسؤولان عن النارجيلة، واثنان يعملان في المطبخ وآخران يقومان بالاستقبال وتقديم الطلبات للرواد.

---

[117] اقتباس من مقابلة أحد المبحوثين في مقهى البرازيل، يدلل على نفسه بأنه زبون قديم في هذا المقهى (مواظب).

[118] اقتباس من مقابلة أحد المبحوثين في مقهى البرازيل

[119] انظر سمارة. معن، فعل المقهى وفضاء المكان، 2003

أما بخصوص الرواد فالواضح ان الأغلبية العظمى منهم تتراوح أعمارها بين 18–35 عام، بالطبع هناك روّاد من طلبة المدارس وهناك روّاد أربعينيين وخمسينيين كحد أقصى لكن الظهور الأوضح والأكثر هو للشباب من الفئة العمرية الأولى 18–35، ومعظم الأشخاص من هذه الفئة طلاب جامعات، موظفين في القطاع الخاص والبعض في القطاع العام، والعديد من الخريجين والعاطلين عن العمل، ويبدو ان البعض اكتسب علاقته مع المقهى *"من أيام الجامعة*[120] *"* اذ اعتادوا الى الذهاب اليه حين كانوا طلاب جامعيين واستمرت العلاقة إلى ما بعد التخرج والعمل.

زرياب: الفاعلين

يتوزع الرواد بين فلسطينيين وأجانب ومعظم الرواد الأجانب يعملون في المؤسسات غير الربحية والقنصليات والسياح، *"يأتي الينا اليابانيين، الفرنسيين، والايطاليين العاملين في مؤسسات غير ربحية وسياح، (...) اجتماعات ولقاءات فردية، للغداء والعشاء*[121]*"* يمكن لأي زائر ملاحظة ذلك بسهولة، وهناك زبائن ذكور وإناث من فئات مثقفين، وطلاب جامعيين وموظفين، والأغلبية من الفئة الكبيرة والمتوسطة عمرياً ومن النادر أن يأتي إليه طلاب المدارس.

أما طاقم العمل يتكون من6 افراد يوحدهم الزي (قميص اسود موسوم باسم المقهى باللون البرتقالي وسروال وحذاء اسودان أيضا) وتتوزع مهامهم بين طاهِ طعام ونادل ومعد أراجيل ومدير مع إمكانية ان يتناوب الموظفين على المهام باستثناء الطبخ، وهذا يعني أن معظم المهام كالاستقبال والمحاسبة وتقديم الطعام،

---

[120] موظف في بنك فلسطين، اعتاد الذهاب الى المقهى مع أصدقائه الجامعين، ولازال يرتاده الى الان مع ما تبقى من اصدقاءه الجامعين الذين يعملون الان في اعمال مختلفة.

[121]مقابلة مع مدير "زرياب"

يمكن بأن يقوم بها أي فرد من الطاقم وهذه هي دلالة الزي الأسود كما وضحها *المدير "اللون، يعني طاقم* موحد *والفكرة من ذلك ان كل موظف يجب ان يتدرب على كل الاعمال ليجيد القيام بكل المهام*[122].

مقهى حلب: الفاعلين

يمكن الملاحظة أن الجامع بين الرواد، فضاء من الحرية معظمهم أصدقاء او بالأحرى طلاب جامعات ومقيمين في المدينة، أعمارهم من 18–30، وتجدهم على علاقة طيبة مع الموظفين، والموظفين أصدقاء مع معظم الرواد حيث يجلسون ويلعبون معهم أحيانا كثيرة بعد انتهاء الدورية خاصتهم، ومعلومة أخرى ان هذا المقهى يتم زيارته من قِبل الأجانب بشكل يومي، كما ويرتاده أعضاء من مجموعات وأصدقاء يمكن ان تجد مجموعة مكونة من 7 إلى 10 شباب ذكور وإناث.

رمانة: الفاعلين

علاقة رمانة برواده مختلفة قليلا فهو يعاملهم كأصدقاء يناديهم بـ"أصدقاء رمانة"، حيث معظم روادهم من الشابات والشباب المنتمين للطبقة المتوسطة، وهناك ادراك تام لدى المقهى حول ذلك، *"معظم أصدقاء رمانة منتمين للطبقة المسحوقة للطبقة الوسطى وبالتالي وجود الأغنياء او عدمه ليس له الأثر الواضح ...والأغنياء بحاجة لأسلوب معين في التعامل غير وارد ضمن رؤيتنا*[123]"

---

[122] مقابلة مع مدير "زرياب"

[123]من مقابلة مدير "رمانة"

في الصباح معظم الرواد يتخذون رمانة مكان للقيام بإنجاز أوراقهم الجامعية او أوراق خاصة بعملهم فيكونوا أحيانا كثيرة بشكل فردي، وفي المساء يمكن ملاحظة طلاب الجامعات والشباب الذين انهو عملهم، وجاءوا لقضاء الوقت، ليلا تجد الأشخاص المقيمين في المدينة وحولها.

الوجود الأجنبي نادر في رمانة وذلك بناءً على ان المقهى يتجه نحو الطابع العربي الذي لا يشجع قدوم الأجانب اليه مقارنة بالمقاهي الأخرى،" *فش عنا شيء بيقدر يتطلع عليه الأجنبي، كل الوسائل المتاحة لتسهيل وصول الاجنبي للمعرفة* غير موجودة لدينا"[124] (الكتب، اللقاءات، اللغة جميعها العربية)

"أرجوان": الفاعلين

غالبية من يرتاد هذا الفضاء ينحدرون من طبقة اجتماعية "عليا ووسطى عليا" ويمتلكون رساميل اقتصادية

وسياسية واجتماعية وثقافية عدة وهناك عدد لا يستهان به من غير الفلسطينيين "الاجانب" الذين يرتادون "أرجوان"، كون المطعم يروج له عالميا، أما النُدل فهم يرتدون نفس الزيّ –" بنطلون اسود وحذاء اسود وقميص أبيض"–وكذلك طاقم المطبخ له ايضا زي موحد.

يتضح من خلال الوصف السابق لخصائص الرواد في مقاهي العينة أن كل شخص أو شريحة او فئة اجتماعية وجدت طريقها للمكان الذي يعبر عنها أو على الاقل وجدت المكان الذي يلقى قبولا ضمن الهابيتوس الخاص بها، فتجد ان معظم المتقدمين في السن ومن الشرائح البسيطة يتجهون للمقاهي الشعبية الخالية من الموسيقى سوى اصوات الاراجيل وأحيانا الموسيقى الطربية، وتكون خياراتهم محصورة في مكان واحد كما هو الحال في مقهى "البرازيل" وفئة قليلة منهم من ترتاد مقاهي معاصرة، ويكون الارتياد الاوسع

---

[124] كلام مدير "رمانة"

للشباب حيث الخيارات واسعة ومفتوحة امامهم وفق منطق استعداداتهم، ويظهر الوجود الاجنبي في المقاهي التي تزين نفسها باللمسة العالمية واحيانا تجد بعض المقاهي كما لو كانت مخصصة للأجانب أو للسياح ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال توفير كل السبل التي من شأنها أن تساعد الاجنبي مثل أن يتقن النادل اللغة الاجنبية، أن تتوفر قائمة الطعام باللغة الاجنبية، استخدام الموسيقى الغربية وعرض لوحات لفنانين عالمين وبالطبع توفير الاكلات الغربية لهم، حيث ستشعر كما يقول عبّاد "اشعر في هذا المقهى تحديداً– يقصد cafe de la paix – بأن أحدهم سينهض في أي لحظة ويطلب مني المغادرة فأنا النشاز الوحيد ضمن هذا السياق الأوروبي الفرنسي في قلب رام الله[125]".

توليفة

من الظاهر انه وبالإضافة للأمور الأساسية في صناعة المقهى مثل تجهيز المكان للجلوس والراحة ...الخ، حيث من الملاحظ ان المقاهي جميعها حاولت قدر الإمكان تهيئة فضائها ليوفر أكبر قدر من الراحة فعلى سبيل المثال آلات التدفئة والتبريد ومدفئات الحطب موجودة في غالبية مقاهي العينة وغالبية المقاهي الأخرى ووجود (الات شفط الدخان)، وجود عدد من أنماط الجلوس المختلف ووجود أصناف متنوعة من المشروبات والعاب التسلية (لدى البعض) وأحيانا الحرص على أداء وتقديم الخدمات بسرعة، والحرص على النظافة ... الخ، فهذه الأمور تصب في الهدف المادي المنيع عن الاقصاء، فمن المؤكد ان توفير الراحة للرواد(الزبائن) هو بحد ذاته ضمان لاستمرارية قدومهم الى المقهى، وضمان استمراريته.

[125] يحيى. عباد (2013) رام الله الشقراء، دار الفيل، فلسطين، ص 87

لكن هناك مرتكزات أخرى لتحقيق علاقة معنوية للرواد وترسيخ "هوية/طابع المقهى"، حيث يقوم مالك المقهى بدور الفنان "المبدع" عن طريق تحويل ذوقه الى سلعة كبرى تلبي رغبات واذواق المستهلكين فكل مقهى له طابع ما "هوية" يعززها من خلال الاسم وتوظيفه للفن بدءاً بالتصميم الداخلي "التدبيج Décor"، والرموز من لوحات وتماثيل ومجسمات "نتاجات الفن التشكيلي"، والموسيقى والانارة، بالإضافة الى تبنيه أصناف معينة من الطعام والشراب، وطبيعة العلاقات داخله وفق قانون غير محكي.

وعليه هناك مقاهي تنتج لتلبية أذواق معينة ولها مستهلكيها مثل المقاهي التي يتطلب الدخول اليها كم من الرساميل المتنوعة والتي تعبر عن ذوق الطبقة البرجوازية على سبيل المثال– ربما "أرجوان" يعتبر مثال قريب على ذلك، أو المقاهي المختلطة والمقاهي التي تشعر المستهلكين بالندرة كالمقاهي التي تستحضر الأنماط الفرنسية او الإيطالية في أنماط الجلوس وقائمة الطعام، ووفق المنطق نفسه المقاهي الشعبية يتم انتاجها لتلبية رغبات فئات معينة، غير تلك الرغبات التي تفضل الأنماط الأكثر عولمة أو حداثة، اذ يظهر أن رواد "ايفل" منحدرين من الطبقات البسيطة والوسطى(بسيطة ووسطى إيماناً بأن الطبقات في المجتمع الفلسطيني غير واضحة).

طابع المكان وما يراكمه من رساميل رمزية ونوعية يدل على جمهوره فلكل سلعة جمهور معين ولكل مقهى رواد معينين ويتم فهم هذه الهوية ضمن الفضاء الأكبر فإذا أدرَكَت جهة معينة طبيعة مقهى معين بالتالي ستفهم طبيعة رواده وتجد طريقها اليهم، فالفهم العام حول طبيعة رواد مقهى مثل زرياب، رمانة أو حلب فتجدها نقاط اعلان عن الامسيات والنشاطات الثقافية، في حين لن تجد مثل هذه الإعلانات في مقاهي مثل البرازيل وايفل، لكن من الوارد ان تجد إعلانات للقطاع الخاص بالذات للشركات الكبرى مثل شركات

الاتصال والتي تستهدف الشباب ضمن "الاستراتيجيات السعرية، استراتيجيات العروض[126]"، فهناك فهم لنسق الاستعدادات والذائقة الخاصة برواد كل مقهى ينعكس من خلال هوية أو طابع المقهى للفضاء العام، فكان يكفي ان يفهم احدهم ان رواد مقهى معين "مثقفين" ليجد طريقه اليهم.

وإذا أردنا القول ان مقهى ما يمنح رواده تَراتُبية ما، فالحق أن الشخص يبحث عن مقهى يلبي رغباته ويتوافق مع الهابيتوس خاصته، بالتالي الفرد المنحدر من طبقة او شريحة غنية تجده يرتاد مقهى ما يرتاده افراد من نفس الشريحة أو لديهم ذات الهابيتوس الطبقي، ومن النادر ان تجده في مقهى شعبي، وأن تجد افراد من طبقة فقيرة في مقهى "راقي" فهذا من النادر أيضا بحكم الظروف المادية أولا، والهابيتوس الخاص بهم ثانيا؛ اذ يعمل على اعاقة ذلك كون مجموعة الاستعدادات تتكون وفق منطق اخر بحيث يَعتبر فعل زيارة المقهى أو المطعم فعل غير مبرر، اذ تكون الكفة الارجح للمنطق الذي يحكم على تلك الزيارات بـ (تبذير الأموال، قد يكون الطعام ملوث، من يحتاج إلى مطعم ليأكل!،الاختلاط مكروه ...الخ)[127]

السيميائيات في الحقل الكافيستي

في هذه الجزئية سيتم تناول عناوين المقاهي (اسمائها) ودلالتها، وتحليل السيميائيات داخل تلك المقاهي

دلالة الأسماء في الحقل الكافستي (أسماء مقاهي العينة)

قد تكون العلاقة بين اللغة (الاسم) و المكان (المقهى) علاقة تلازمية –تكاملية دلالية لغوية تخضع للوصف والتحليل، فالأماكن في العالم جُله تحمل اسماء ذات دلالات وليدة السياق التاريخي و التفاعلات الاجتماعية

---

[126]مثل شركات الاتصال والانترنت فهي تبحث عن كم من المستهلكين، وتحاول اقناعهم من خلال سياسات سعرية منخفضة، وفي نفس الوقت تقوم باستثمار بعض المشاهد داخل فضاء المقهى لصالحها لوضع اعلاناتها وفق اتفاق مع مالك المقهى، يعود بالمنفعة على كلاهما.

[127]يمكن فهم هذه الامور من خلال تبريرات الافراد الذين لا يزوروا المقاهي أو تقتصر حياتهم على زيارة المقاهي الشعبية بغرض التسلية وشرب القهوة.

عبر الزمن وقد يفيد الكشف عنها في معرفة أثر الفضاء على المخيال الأونوماستيكي والطوبونيمي[128] من خلال ما يُنتجه من مُمارسات تسموية ضمن السياق التاريخي، والمقاهي أخذت نصيبها من التسميات فهناك مقاهي تتوسل بعلامات مكتوبة (أسماء) و حتى علامات مصورة (أو شعار) ، و هناك مقاهي أخرى بدون عنوان مكتوب "اي يتم الاستغناء عن العلامة المكتوبة لصالح العلامة المتداولة والمسموعة[129]"

كان لا بد لي من دراسة الفضاء الاجتماعي وسيميائيته وكي لا أقع في مغالطات عدة يجدر القول أن الفضاء الاجتماعي او المقهى كفضاء اجتماعي يمكن اعتباره فاعل من الفاعلين المتصارعين على رهانات لمراكمة الرساميل المتعددة، وفي نفس الوقت الفاعل "المقهى" هو بمثابة حقل خاص – فضاء خاص له مواصفاته وخصائصه وميكانزماته فهممت بمحاولة لفهم الرموز الذي يتحرك فيها الفاعلين داخل فضاء المقهى، فالأخير فضاء مستثمر وفق منطق رمزي والوقوف عند الاسم سيضيف مداخل جديدة للتحليل فـ "التسمية في الشارع، خلافا لما قد توحي به، ليست عفوية ولا مجانية، انها تتضمن في نصيتها رؤى ومناخ أيديولوجية يتضمن الاختيار فيها عبر الاستظهار والتغييب، رهانات اجتماعية وسياسية وثقافية ترتبط بسياق المراحل التاريخية التي انتجتها[130]"فـ"إطلاق الاسم على المسمى ليس عملا عفويا اعتباطيا بل هو ضرب من القصد والإرادة".

---

[128]الأونوماستيك تعبير مُشتق من اللفظ اليونانيOnomastikos يتكون من الشقينonom ويعني (اسم) و astikos ويعني (مُتعلِّق بـ)ليُصبح المعنى "مُتعلِّق بالأسماء" او"علم الاسامي" ليستخدم في البحوث الأنثروبونيمية ، اما الطوبونيميا Toponyms فهي علم اسماء الامكنة، وبالعادة يتم الاعتماد عليها في دراسة اسماء الامكنة الجغرافية(المناطق،الدول..الخ)

[129]فخر الدين. محمد، قراءة سيميائية في دلالة أسماء المقاهي بالمغرب، أخبار بلادي 2011 نقلا عن مجلة المغرس http://www.maghress.com/

[130]بوعزيزي، محسن، السيميولوجيا الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2010، ص145

دعني بداية استحضر مشهد من فيلم "الزمن الباقي[131]" مشهد منع التجوال، حيث تقف سيارة جيب عسكرية "إسرائيلية" ليلاً أمام مقهى لتمنع التجول على المواطنين وطلب عودتهم لبيوتهم، الشابات والشبان في الداخل يرقصون ولا أحد يكترث للجندي او ندائه الامر الذي يدفعه يائسا للانسجام مع الموسيقى ويعبر عن ذلك بحركات "هز رأسه" مع الإيقاع ومن ثم ينسحب. نهاراً وقبل هذا المشهد ورد مشهد آخر يظهر فيه القاء الحجارة على الجيبات العسكرية؛ فإلقاء الحجارة نهاراً والرقص ليلاً، تم تناول المشهد حيز التأويل والتحليل ما بين التعايش "تراجيديا التعايش" ان صح القول، او تراجيديا المقاومة، البعض اعتبرها رسالة تحمل دلالة على مقدرة الشعب الفلسطيني على الحياة تحت الاستعمار ووجود أشخاص يستطيعون الحياة ...الخ، لكن الامر اللافت للانتباه أكثر يتعلق باسم المقهى"Stones" حيث ظهر اسم (شعار) المقهى في المشهد أربع مرات- دقيقة من مدة الفيلم الكامل-.

انظر الى هذا الاسم والذي يحيلك مباشرة الى كلمة الصخور أو بالأحرى الحجارة، ولأن الاسم لا يأتي على سبيل الصدفة، فلقد جاء تيمنا بمشهد الأرض التي تَموّقَع المقهى عليها حيث يوجد في أسفل منحدر أو جرف صخري[132]، ولكن كيفيات تأويله تختلف –بالذات في الفيلم–وضمن السياق الاستعماري فالمعروف فلسطينيا ان الحجارة هي أحد أكثر أدوات المقاومة وابسطها ناهيك على ان لها رمزية في الخطاب الشعبي والرسمي "أبناء الحجارة"، "أول الحجارة" فإلقائها على المستعمِر ممارسة للمقاومة والرفض.

---

[131] فيلم الزمن الباقي "The Time That Remains" (2009) للروائي والمخرج الفلسطيني ايليا سليمان يقدم فيه سيرته الذاتية يسرد بطريقة تراجيدية الحالة الاستعمارية منذ بداية النكبة حتى فترة قريبة من الزمن الحالي

[132] أخبرني أحد المعارف بذلك "مورد التسمية" ولم تسنح لي الفرصة من التأكد–ان كان هنالك ضرورة–

وكأن الحجارة او الاسم استدعى في الذاكرة –لاسيما ان هذا المشهد سبقه مشهد القاء الحجارة الحقيقية على المستعمر في فترة النهار –نمط مقاومة آخر وكأن لهذا المكان مفعول الحجارة التي تلقى على "الإسرائيليين" في مشهد سابق من الفيلم، والنتيجة كانت برحيل المستعمر، ربما كان هذا التحليل خاطئ، لكن انظر لمدى الانسجام بين هذا الحدث وفكرة المقاومة السلمية وليدة الخطاب السياسي المعاصر.

تصبح الاسماء بحكم التداول والتكرار جزء من الخطاب اليومي الى درجة قد تنزاح الاسماء عن معانيها وتفقد دلالتها الاصلية وتبرز في المقابل دلالتها الاجتماعية التي انتجتها وقد تنزاح التسمية ليحل محلها ما اتفق عليه الناس[133] وتستخدم ايضا كأداة تواصل بين الناس وتستعمل اجتماعيا في الوصف او التعامل[134]، ومن الامثلة على ذلك "نلتقي في الشام"، "انا ذاهب للبرازيل" يقصد المقهى وليس المنطقة.

سأعود لأسماء المقاهي التي تناولتها في البحث (العينة) لأقدم عرض تأويلي ومحاولات لربط الاسم بالسياق الذي أنتج الفضاء والاسم

اسم مقهى "البرازيل"

الاسم أو كلمة البرازيل تُحال لاسم دولة البرازيل، ولكن كيف يمكن فهم او تفسير وجود هذا الاسم في الوسط العربي؟ يمكن فهم وتأويل التسمية من خلال مقاربتين الأولى تتعلق بالارتباط المادي بالبرازيل فربما كانت نقود الهجرة هي التي قامت بإنشاء المقهى وبالتالي منحته الاسم أيضا؛ لكن حسب ما أوضحه الشاب الذي يدير المقهى فإنه لا يوجد ارتباط بدولة البرازيل لا ماديا ولا معنويا فلا يوجد أي انتماء او أي أصول برازيلية لهم ولم يذهب أو يعمل أحد من مؤسسي المقهى في البرازيل –الدولة– ومن الواضح انه لا يوجد أي نمط

---

[133] بوعزيزي. محسن، السيميولوجيا الاجتماعية ص147

[134] المصدر السابق، ص167

برازيلي ظاهر في المكان لا من حيث ما يقدمونه من شراب أو أي ايحاءات او تصاميم داخل المقهى، على سبيل التوضيح تبين لي في أحد المقابلات ان هناك مقهى شعبي ويحمل نفس الاسم في العاصمة دمشق أنشئ في فترة الخمسينيات و أطلق عليه اسم البرازيل تيمنا بالقهوة البرازيلية، وهذه المقاربة تبدو ضعيفة، أي ان يكون الاسم آتِ من استخدام القهوة البرازيلية.

أما المقاربة الثانية فتستند على شروط تاريخية ورواية أخرى؛ في احدى المقابلات في مقهى الشرق[135] بالتحديد الذي افتتح فرعاً جديداً في مدينة رام الله عام 1969م حيث كان له مقهى في مدينة اللد أُغلقت ابوابه في النكبة وانتقل صاحب المقهى والمقهى الى مدينة القدس، وبعد النكسة قرر ان يفتح فرعاً اخر في مدينة رام الله، في الفترة التي أنشأ فيها هذا المقهى–بناءً على كلام أبناء مالك المقهى وبعض رواده–لم يكن هنالك أي مقاهي مجاورة والمقاهي الأخرى شيدت في فترة لاحقة *"معظم يلي فتحو قهاوي كانوا بيشتغلوا هون"*[136] وهنا يقصد المقاهي في منطقة السوق الشعبي بالتحديد وهذه رواية مغايرة للرواية الأولى او بالأحرى مغايرة لتاريخ انشاء مقهى البرازيل.

إذا لاحظنا الأسماء التالية العربي، الشرق[137]، فلسطين، وهي أسماء المقاهي المحيطة او المتواجدة في تلك البقعة حول مقهى البرازيل فسنجد اسم البرازيل هو الاسم الوحيد الخارج عن "العروبة" او لا يحمل دلالة تُحيله

---

[135] بالمناسبة صحيح ان عينة البحث من المقاهي شملت 6 منها، الا ان الزيارات كانت لعدد أوسع من المقاهي. ومقهى الشرق هذا يجاور مقهى البرازيل والمسافة بينهما بالكاد تتجاوز عشرون متر.

[136] هذا كلام رجل كبير في العمر، أمضى طيلة حياته يعمل مع صاحب مقهى الشرق، الا ان وصل به العمر للاستقالة، والان يزور المقهى زيارات صباحية بشكل يومي.

[137] في متخيل البعض يتم استخدام مصطلح الشرق للدلالة على المشرق العربي، بالتالي ندعو المقهى بمقهى شرقي، او حلويات شرقية على سبيل المثال.

للانتماء للوطن العربي. كل من مقهى فلسطين والعربي أنشئ في التسعينيات والشرق أنشئ في بداية السبعينات، ووفقا للرواية الثانية فإن مقهى البرازيل أنشئ في فترة لاحقة للسبعينات.

كلمة البرازيل بطريقة او بأخرى تستجلب علاقة مع الرياضة وبالذات كرة القدم، ومن المرجح ان الاسم جاء ضمن هذا السياق وهذا ما يفسر وجود ملصقات لأعضاء من المنتخب البرازيلي وبعض الاعلام موضوعة على واجهة المكان الذي يدفع فيه الزبائن النقود.

اسم مقهى"ايفل"

من الواضح ان الاسم جاء تيمناً ببرج ايفل المشيد في العاصمة باريس عام 1889م الذي كان أطول برج في ذلك الوقت واستخدم كمكان للتجارب العلمية والبث الإذاعي وما لبث أن أصبح رمز لمدينة باريس ووجهة للسياحة، حيث يحظى الزوار او السياح بفرصة بمشاهدة المدينة عن عُلو والاستمتاع في تناول الوجبات في المطاعم الموجودة في طبقاته حيث يمكن الوصول اليها عن طريق الدرج أو المصعد[138]، لاحظ هذا التقارب بين البرج في باريس والمقهى في رام الله، البرج الذي يمكنك ان تصله عن طريق الدرج او المصعد استخدم للتجارب العلمية والمراقبة والاستمتاع بالمشاهد المحيطة و محطة لتناول الطعام والبث الإذاعي، مقهى ايفل في رام الله والمقام في قمة العمارة ينفرد بمصعده الخاص ويقدم الطعام ويتيح مشاهدة المشاة والشوارع ويبث الألعاب الرياضية ويمنحك الوقت لكي تنجز شيئاً للدراسة.

---

[138]Woog. Adam, The Eiffel Tower (History's Great Structures),ReferencePoint Press Inc.San Diego,2013
انظر:

اسم مقهى زرياب

أطلق عليه اسم زرياب تيمناً بالموسيقار والمطرب البغدادي أبو الحسن بن نافع الملقب بزرياب[139]، أخبرني المدير انه تم اختيار الاسم كون زرياب شخصية عظيمة كموسيقار ومطرب عربي أضاف الوتر الخامس على العود وادخل بعض المقامات و "*له دور ثقافي في تطوير البلد ع أيام الاندلس حتى بالأكل كمان ضاف فواكه جديدة*[140]"، بالتالي زرياب المطعم يحذو حذو زرياب الفنان فالأول أيضا يقدم الموسيقى والابتكارات الفنية ويضع لمساته على الطعام من خلال تخصصه في صناعة اطباق معينة ومحددة.

اسم مقهى"رمانة"

من الواضح ان اسم رمانة يحال الى فاكهة الرمان، أخبرني مدير المقهى أو الملتقى ان اسم رمانة جاء بعد ان أفضت بهم محاولات الاجْتَبَاء إلى ذلك " *صرنا نفكر باسم طابعه عربي فلسطيني فكرنا بأسماء مثل شام نعنع ،اسماء خفيفة وعربية ومربوطة فينا... واخذناه من أغنية رمانة سميح شقير* "[141]، وأن المقصود من وراء الاسم "*ان حجم الرمانة صغير لكن لها تفاصيل كثيرة من الداخل ومتناسقة والمقهى مكان صغير جدرانه غليظة وداخله الكثير من التفاصيل وهي ايضا القنبلة التي انفجرت في وجه الاستهلاكية أو تتفجر فيها الأفكار*" [142] اذا ما نظرت الى الشعار واستحضرت اغنية سميح شقير وما تحويه من ايحاءات تحررية ستفهم

---

[139] لاحظ ان زرياب هو اسم طائر الشحرور الاسود ذو الصوت الموسيقي الناعم ومنح للموسيقار أبو حسن بالنافع لنعومة وجمال صوته ولون بشرته الداكن القاتم، وصورة هذا الطائر مجسدة في زي الموظفين (الزي الاسود الكامل ذو البقعة البرتقالية).

[140] المدير هو ابن مالك المطعم، يعمل أيضا في مجال الفن التشكيلي والمطعم

[141] كلام مدير "رمانة"

[142] كون شعار رمانة عبارة عن قنبلة يدوية

مدى الدمج بين الرمانة والقنبلة اليدوية[143]، وحمى القول ان هناك دلالة ايحائية تأتي من الثقافة الفرعية او من الشِّعر الذي استمد منه المقهى اسمه "رمانة على خصري وكلاشينكوف في ايدي" وهذا ما استخدمه المقهى من عبارة "القنبلة التي انفجرت في وجه الاستهلاكية "ولاحظ مدى تجسيدها في الشعار.



شعار ملتقى رمانة

اسم مقهى "أليبو، حلب"

الاسم يحال الى مدينة حلب كمدينة سورية جميلة، *"ما في علاقة للشيء السياسي، هي مدينة عربية جميلة لها ماضي وتراث وخرجت عدة ناس ايام الانتداب...* الشي الاصيل الاشي البسيط"، لكن لاحظ ان الاسم باللغة العربية والانجليزية وبالعادة عندما يتم عرض الاسم بلغة اخرى فهو دعوة لناطقيها، حيث تم كتابة الاسم Aleppo وليس Halab، وهو بالتالي دعوة لجمهور ناطق أو عارف باللغتين. المدير يؤكد ان الاسم

[143] الرمان بالإنجليزية pomegranate الشق الثاني يعني قنبلة، وبالفرنسية كلمة pomme تعني تفاحة، وباللغة الاستونية تعني ايضا قنبلة..الخ، العرب قديما كان يطلقون مصطلح "تفاح غرناطة" على فاكهة الرمان، حمى القول ان لها دلالة في الاسم تحيل إلى القنبلة في مختلف اللغات.

جاء كتجسيد لمدينة حلب وهو منفصل عن أي احداث سياسية كانت تجري في سوريا أو حلب تحديدا وقت افتتاحه في رام الله.

اسم ارجوان

أسم أرجوان مأخوذ من اللون الارجواني الذي يعود الى الحضارة الكنعانية، فكما أشار أحد المدراء الذين أجريت معهم المقابلة أن "اللون الارجواني هو لون الكنعانيين، السكان الاصليين لفلسطين...نحن دائما نربط بين الحاضر والماضي في الثيم خاصنا" [144]، وهناك ادعاء بأن كلمة كنعان آتية من اللغة العبرية وتعني بلاد الأرجوان ويرى بعض الباحثين أن أصل كلمة كنعان مشتق من كلمة حورية (كناجي) أي الصبغة الأرجوانية أو القرمزية التي اشتهر الكنعانيون بصناعتها؛ فأصبح "الارجواني" صفة ملتصقة بهم، ويقال أن الكنعانيين كانوا يحصلون على تلك الصبغة من حيوان بحري قشري يدعى (مورك Murex) الذي يعيش على شواطئهم، وكانت أشرعة سفنهم تلون بهذا اللون [145]، ودلالة الاسم يتم توظيفها في هذا البناء القديم الذي تم ترميمه بعض الشي وهو يتناسب مع فكرة "ثيم، طابع المكان" حيث يعتقد القائمين على ارجوان أن "الكنعانيين كانوا يعتمدوا على ثلاثة مواد رئيسية تتجلى في النار والخشب والحجر[146]" فالبناء الحجري تم دمجه ببناء خشبي ووضعت فيه مواقد النار وليس مدفئة، وأرضية المكان والجدران والحانة كلها مصنوعة من الخشب، كتعزيز لفكرة استخدام المواد الاساسية الثلاث.

---

[144] كلام أحد "المبحوثين" ويقصد بالثيم، طابع وهوية المكان

[145] http://www.elloubnanioun.org/index.php/2012-07-23-05-32-58/202-2012-12-10-19-57-38
خزعل الماجدي" من هم الكنعانيون – بحث تاريخي متكامل "

[146] مقابلة في ارجوان

بصورة ما معظم التسميات السابقة تائهة بين العولمة والحنين إلى الماضي، فمثلا "حلب" و "زرياب" و"ارجوان" لوهلة ما تحن إلى الماضي أو تستحضر شيئا من ثقافة تعتبر "أصيلة"، وفكرة "رمانة" واستحضار العروبة و"العربي البحت" أيضا تتماهى مع الفكرة السابقة، في حين مقهيا البرازيل وايفل تستحضر الاسماء الغربية ربما من باب الولع بالأجنبي أو الثقافة الغربية علما ان طابعهما من جلسات وطعام وشراب لا يمد للبرازيل أو الثقافة الفرنسية بصله، وبالطبع لا يمكن عزل التسمية عن السياق التاريخي الذي ولدت فيه.

لكن الداعي للانتباه ان "حلب"، "زرياب"، "ارجوان" جمعت بين العالمية والتراث واستحضرت ثقافات اخرى غير العربية علما انها لا تدعي المحلية او العربية البحتة، في حين المقاهي الشعبية مثل "البرازيل" و"ايفل" لن تجد سوى النتاجات العربية داخلها، حيث ان معظم العينة استحضرت نمط جلوس البادية (نسيج السدو) كدلالة للحنين إلى تلك الحياة كرمز للعروبة أو الحياة البسيطة في ظل التعقيدات الثقافية.

تأويلات المعنى، اللغة في الفضاء العام كأداة استرداد ثقافي.

العلامة تعمل على توليد المعنى، لو اخذنا عينة أكبر من اسماء المقاهي لفهم الدلالات التسموية ضمن فضاء المدينة الاوسع، فسنفهم إلى أي مدى يعزز هذا الحقل الخطاب العام (أنظر ملحق رقم 1: الأسماء وفق التركيبة المستخدمة). تبدو الاسماء مصابة بنفس الحالة السابقة بين استجلاب مسميات من ثقافات أجنبية أو بالأحرى أوروبية وامريكية، وهذا اتِ من حالة الاوربة والامركة الاستهلاكية في المدينة، بالإضافة الى البحث عن أسماء لها علاقة بالماضي وهذا واضح بالذات في أسماء المقاهي الجديدة.

يظهر ان اللغة العربية هي الطاغية على المسميات، وتظهر "بالفصحى" في حين يتم تحييد اللغة الشعبية بدرجة كبيرة مقابلها، وفي أفضل الاحوال وان ظهرت اللهجة غير الرسمية فإنها تظهر بصورة مغايرة، فعلى

سبيل المثال مقهيا "سيران" وترويقة" كلسانيات شعبية اتيه من لكنة سورية ولبنانية يتم منحهما الصفة الشعبية كثنائية للنخبة من خلال منطوقهما الكلامي بين الفاعلين كأن تستخدم "ترويئة" للدلالة على ترويقة، أو لتمنح شعورا جماليا لعينة الافراد، اذ اسم المكان لهو وقع معين على آذانهم وفي استخداماتهم له. تأتي بالدرجة الثانية اللغة الإنجليزية باعتبارها لغة العالمية، ثم تتبعها اللغات الأوروبية وبالذات الفرنسية ثم الإيطالية والاسبانية.

استخدام أسماء النباتات واقصاء أسماء الطيور والحيوانات، وداخل نسق النباتات هي عملة انتقائية يتم اظهار الفاكهة التي قد تبدو غريبة وفق ذائقة معينة تفضل على أنواع أخرى، يوجد اسم طائر الفلامينجو فقط كإسم حيوان(طائر) على حساب تسميات أخرى (Flamingo Superior Restaurant & Café)[147] ، لن تجد اسماء المقاهي مرتبطة بأسماء حيوانات كون الثقافة المحلية لا تعزز ذلك، ناهيك عن النظرة الدونية للعديد من الحيوانات المحلية، علما ان أسماء مثل "الحصان، الاسد، الذئب، الديك" لها استخدامها الواسع كأسماء مقاهي في أوساط غربية، فبالتالي كل الرموز والتسميات تنبثق من احكام جمالية مهيمنة.

الفاعلين القائمين على انتاج هذه الفضاءات يملكون ضمن مخيالهم الية اقصاء او استثمار في الاسماء، وهذا المخيال غير معزول عن واقع المدينة. لا اريد الادعاء ان المدينة مصابة بحالة اغتراب ثقافي لكن من الواضح ان العولمة قامت بفعلها، الامر الذي قد يترك حالة الافراد متشنجة وهذه الازمة قد تظهر في عمليات الدفع واستجلاب الزمن الماضي في بعض تفاصيله والحنين اليه، ولكل مرحلة كما يقول بوعزيزي بردغايم أو

---

[147] بالمناسبة، مر على هذا المكان العديد من الحقبات التسموية، وكما اذكر ماضيه البسيط، كان اسم هذا المطعم سابقا لا روز ومن ثم (فلامينجو)، والان يدعى بالعربي، وكأن أحجار البيت القديم ترفض أي غزو تسموي غربي، طبعا نجاح أو فشل المشاريع يتعلق بمقدار بكم ونوع الرساميل المتراكمة والتي يملكها المشروع (المطعم).

نسق من التسمية، ويمكن ان تلم عملية البحث عن اسم استحضار الاصول التاريخية الممتدة مثل (ارجوان كلون الكنعان) لأبعد من الفلسطنة والعروبة.

هناك اقصاء لرؤية المدينة يمكن خطه من خلال مقاربتين الاولى ترى المدينة الغير مكتملة الضاربة الجذور الريفية بالتالي تجد اسم "بلدنا" اي مقهى بلدنا، و "مقهى رام الله"، كناية عن الصغر، والمقاربة الاخرى في فهم المدنية بالمعنى العظيم للفضاء الحضري المرتبط بالفضاء المعماري وكما انها لو كانت "رامللزم[148]"، بالتالي يصبح الهرب من ضوضائها امر يحيد التسميات عنها لينتقي المسميات الريفية بالتالي يظهر لدينا "الريف الفلسطيني"، بيت ارضي" ،"بيت جدي" وهذه التسميات مصحوبة بالحنين ضمن مخيال معين، لكن لن تجد مقهى باسم "مقهى المدينة" لأنه وفقا للفهم الاول لم نصل للمرحلة المدينية، وبالمنظور الثاني المدينة اكبر بكثير من ان يكون بها مقهى واحد فقط.

كم واسع من الأسماء لها علاقة بالحنين الى زمن قبل الاستعمار أو بعده، لكن معظمها لا يراه، فستجد الحنين الى المغارة، والبيت الأرضي والعلية والفخار في ظل النمو المتسارع للمدينة، ويتم اقصاء أي مسميات مثل مقهى الثورة، مقهى الانتفاضة، مقهى الشهداء، حتى في التسميات الشعبية للمقاهي، داخل هذه المدينة فلن تجد ذلك وهذا وإن خفي، نابع من سياسات مبطنة ضمن الخطاب السياسي.

بالمناسبة من السهل تمييز المقاهي والمطاعم الشعبية عن غيرها من خلال الاسم وبسهولة حيث الفضاءات الشعبية تميل لإسناد اسم علم في اغلب الحالات "مطعم أبو همام"، "مطعم أبو شوشة"، أو ان يمنح قيمة

---

[148] تقديم رام الله على انها عالمية والتوجه "المناطقي الجهوي" على مركزيتها على صالح المدن الاخرى

معينة مثل "بركة"، في حين تميل المطاعم المعولمة الى استخدام مسميات ذات وقع جميل على الاذان[149]، أو أجنبية.

السيميائيات: الحنين التائه بين الموروث والحداثة

"الحنين مسامرة الغائب للغائب، والتفات البعيد إلى البعيد. الحنين عطش النبع
إلى حاملات الجرار، والعكس أيضاً صحيح. الحنين يجر المسافة وراءً وراءً،
كأن التطلّع إلى أمام وقد سُمي أملاً، خاطرة شعرية ومغامرة. فعل المضارع
حائر متردد، وفعل الماضي الناقص معلق على سروة وقفت خلف تلة، على
ساقها الراسخة، والتفت بأخضرها الداكن، وأرهقت السمع إلى صوت واحد"[150]

فالحنين يظهر في معظم التفاصيل البصرية من لوحات ورسومات ونتاجات الفن التشكيلي ومقتنيات قديمة وعلى المستوى السماعي من موسيقى وأغاني.

المستوى الموسيقي والصوتي

من الواضح أن لكل مقهى في العينة نمطه الموسيقي الذي يتماشى مع طابعه العام، حيث تجد إن المقاهي الشعبية مثل البرازيل نادرة الموسيقى كون المقهى كملتقى للحديث ووجهة رئيسية بعد الخروج من المنزل وان كان هنالك صوت مسموع فهو صوت الأخبار، حين يميل "ايفل" لاستخدام الموسيقى أو الأغاني الأكثر شبابيا والدارجة "المعاصرة"، أما في المقاهي الأخرى مثل "رمانة"، "زرياب"، "ارجوان"، "حلب" تجد ان الموسيقى انتقائية بدرجة من العناية لكي تحافظ على طابع المكان الهادئ والمناسب للقراءة في رمانة على

---

[149] عدد من افراد عينة المبحوثين يجد جمالا في الاسم من حيث وقعه على الاذن، او كونه اسم أجنبي غير عربي

[150] درويش. محمود، في حضرة الغياب، رياض الريش للكتب والنشر، 2006، ص119

سبيل المثال، والهادئ العذب التي يتماشى مع صوت الزرياب في "زرياب"، وكذلك الأمر في "ارجوان" ، بالإضافة إلى استضافة عدد من الفنانين والفرق الموسيقية.

فكل فضاء يتبني نمط من الموسيقى حيث وجدنا أن "رمانة" تفضل ما هو عربي "شرقي"، في حين "ارجوان"، حلب، زرياب، لها انتقائها من الموسيقى العربية والغربية فيما يخدم طابع المكان، ويتلاءم مع ذوق رواده، أما "ايفل" فمعظم الموسيقى عربية كونها تلبي رغبة الجمهور هناك وتتماشى مع الهابيتوس الخاص بالأفراد رواد ذلك المكان مشكلا بصورة ما طابع المكان "المحافظ" أو "العالمي"\"المنفتح".

واجمالاً الموسيقى أو النمط المتبنى من الموسيقى جزء من طابع المقهى يكون عبارة عن ممارسات او استهلاكات فنية مقدمة للجمهور بمثابة عرض مقابل طلب معين، ليعطي الصورة الاكمل للسلعة وفي نفس الوقت تعمل على صناعة ذوق لجمهور جديد كون المقهى يمارس بصورة ما "العنف الشرعي" تجاه ما هو موسيقي حيث تكون الموسيقى انتقاءً منه ووفقا لما يعتبره يتماشى مع هويته الخاصة، فكل مقهى بطبيعة الحال يقوم بجذب الافراد الذين لديهم نسق استعدادات يفضل ذلك النمط، ويقوم بصناعة ذائقة ما لجمهور جديد أو صناعة ذوق لمستهلكين جدد، من خلال طابعة الذي يلبي رغبات المستهلكين أو يحقق شيئا في مخيالهم واكسابهم ثقافة موسيقية ما، وهذا غير منفصل عن ان كل شريحة في المجتمع لديها تفضيلاتها الموسيقية، فكما يدعي بورديو انه بصورة ما من الممكن الاستدلال على الطبقة الاجتماعية التي ينتمي اليها الفرد من خلال الموسيقى التي يفضلها، وبكل الاحوال طريقة تقديم الفضاء لذاته تفرض او تحكم الزبائن بسلوكيات معينة فالمقهى الذي يستخدم موسيقى هادئة تكون احتمالات الزبائن بالتصرف بهدوء أكثر مقارنةَ فيما لو كانت الموسيقى صاخبة .

اللوحات والأثاث الفني

اللوحات والتماثيل في فضاءات (ارجوان، زرياب) تجمع بين العربي والغربي (الاجنبي) اما في المقاهي الشعبية الكلاسيكة، مثل "البرازيل"، "ايفل" فلن تجد سوى الرموز الدينية، أو اعلانات لشركات خاصة، الرموز الدينية تمثل في هذا المكان بصورة ما ذوق رواده، فمعظم رواد هذه المقاهي قد تجد في بيوتهم (لوحات، عبارات، رموز...) دينية مشابهة، فوجود مثل هذه الرموز في مقهى معين يدل على استحضاره تفاصيل شعبية موجوده في المنازل، بكلمات أخرى، الدين الشعبي يجد طريقه للمقاهي الشعبية مثلما يجد طريقه للبيوت، وهذا ينسجم مع أذواق وهابيتوس معين[151].

بالعادة تجد المقاهي الشعبية تقف في وجه فن اللوحات او الفن التشكيلي وذلك على الاغلب نابع من ادراك القائم على المكان أن من النادر أن تجد من جمهور المرتادين من له ذائقة تحبذ ذلك النوع من النتاجات الفنية، ناهيك انه يعتبر بأنه وصل لحال ثابتة بالمعنى الاقتصادي فهو ليس بحاجة لعناصر جذب لزبائن جدد، لان النتاجات الفنية هذه ليس لها علاقة باشباعات الرواد ومتخيلهم أو الهابيتوس الخاص بهم.

---

[151] مثال وارد جدا، أن تجد العديد من الرموز الدينية في بيوت المتدينين، او المنتمين لديانة –على سبيل المثال الإسلام–، دون أن يكونوا عاملين بها، المثال الذي اريد ذكره، هو وجود اقتباسات من النص الديني على مداخل البيوت مثل "هذا من فضل ربي"، فهو مثال مشابه للنموذج الموجود في المقهى الشعبي

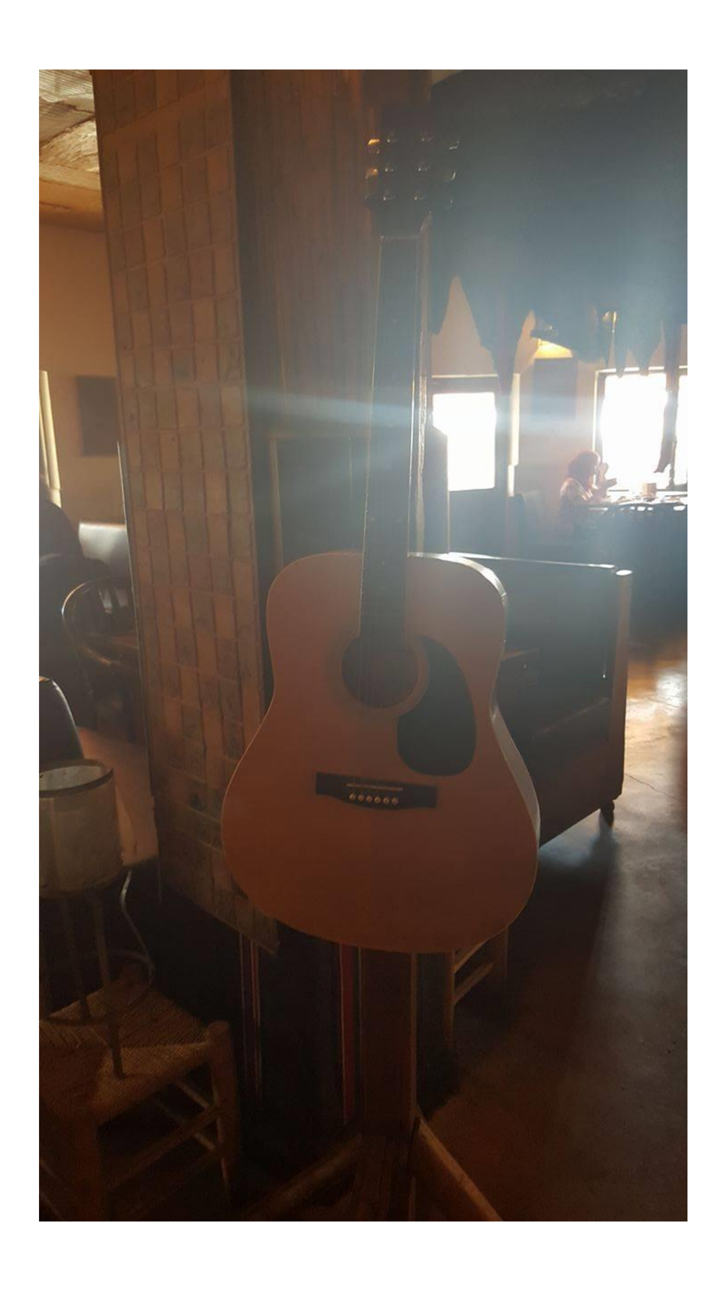


صورة من مقهى البرازيل، تظهر الاقتباسات الدينية

في مقهيا "رمانة"و "حلب" تجد اكثر الدلالات تحيل إلى ما هو عربي و ان وجد حضور لغير العربي، تجده في استحضار صور لفنانين غربيين، وصور لبعض الشخصيات التحررية في مناطق مختلفة من العالم.

في المقاهي التي تتجاوز الشعبي تجد الرموز الموسيقية وبعضا من الصور واللوحات، وفي الاغلب تكون الأخيرة نتاجات لفنانين محليين، توظف في سبيل خلق الطابع الخاص للمكان وتلبيا لذوق معين ولبث الراحة، حيث يجد عدد واسع من المبحوثين ان الرموز الموسيقية واللوحات تمنحه شيئا من الراحة وتعطيه جو من الدفئ[152].

152 كلام صريح ورد في مقابلات في زرياب.



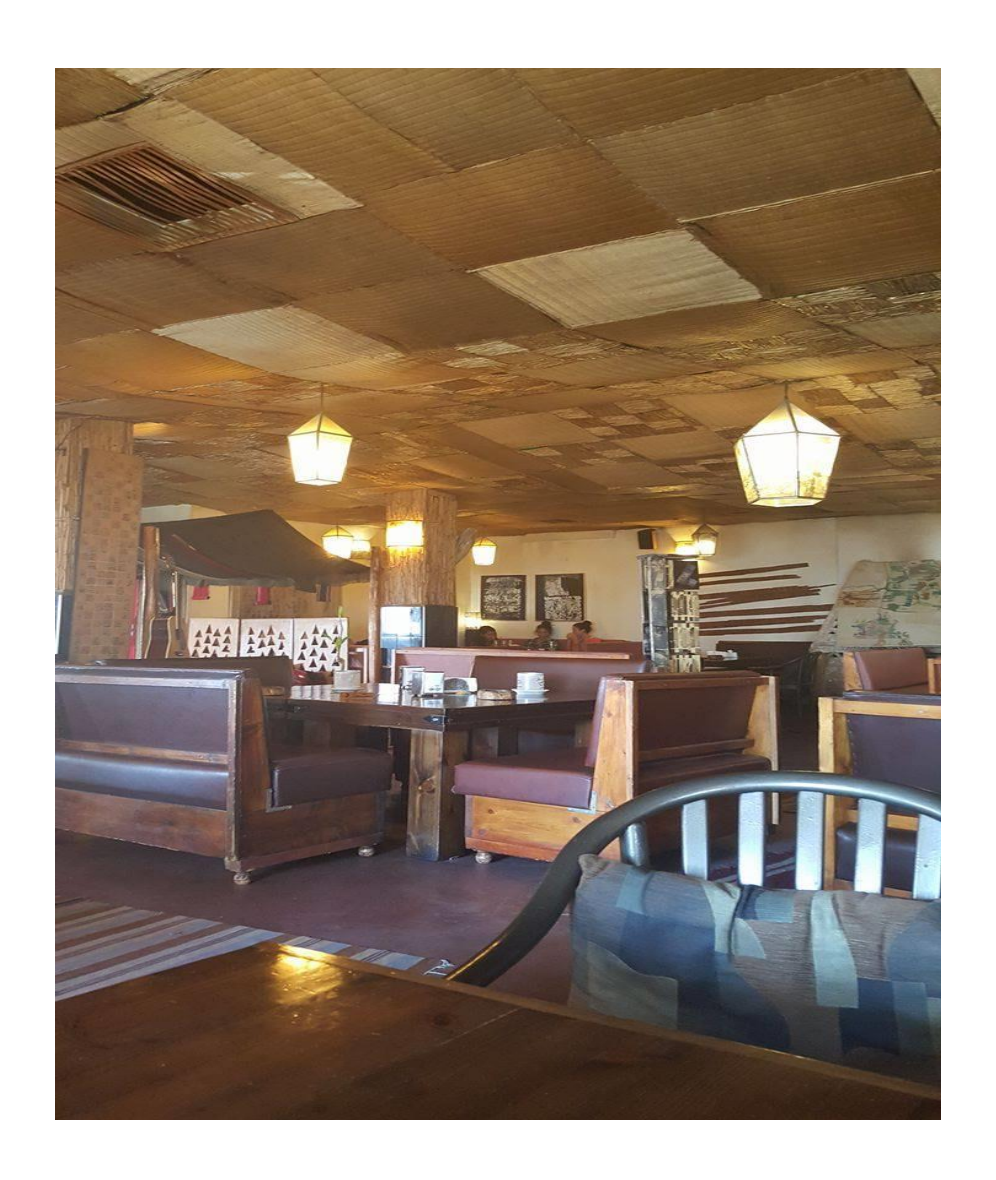
(شيء من الرموز الموسيقية في "زرياب"، يستخدم كقطعة فنية معروضة)

من الملفت للنظر ان أغلبية المقاهي الحديثة أو "غير الشعبية" تميل وبشكل واسع الى استخدام الاخشاب في طابع المكان (أنظر الصورتان التابعتان)، والامر لا يتوقف عند أي أخشاب وانما التي يتم إعادة تدويرها أو الاخشاب المصنوعة يدويا، "رمانة" على سبيل المثال كل مكوناته تم صناعتها يدويا بيد القائمين عليه، كذلك الحال في "زرياب" كون مالكه فنان تشكيلي والفن التشكيلي يقوم بالأساس على إعادة الانتفاع من البقايا،

الامر ذاته في مقهى "حلب" حيث صممه القائمين عليه بجهود فردية وبمساعدة عدد من الأصدقاء في توظيف الأعمال اليدوية التي تشمل الديكورات ومعظم اللوحات والرسومات.



(لاحظ الخشب والالوان الخشبية في مقهى حلب)



(الحال ذاته في "زرياب" بالإضافة الى استخدام الاقمشة)

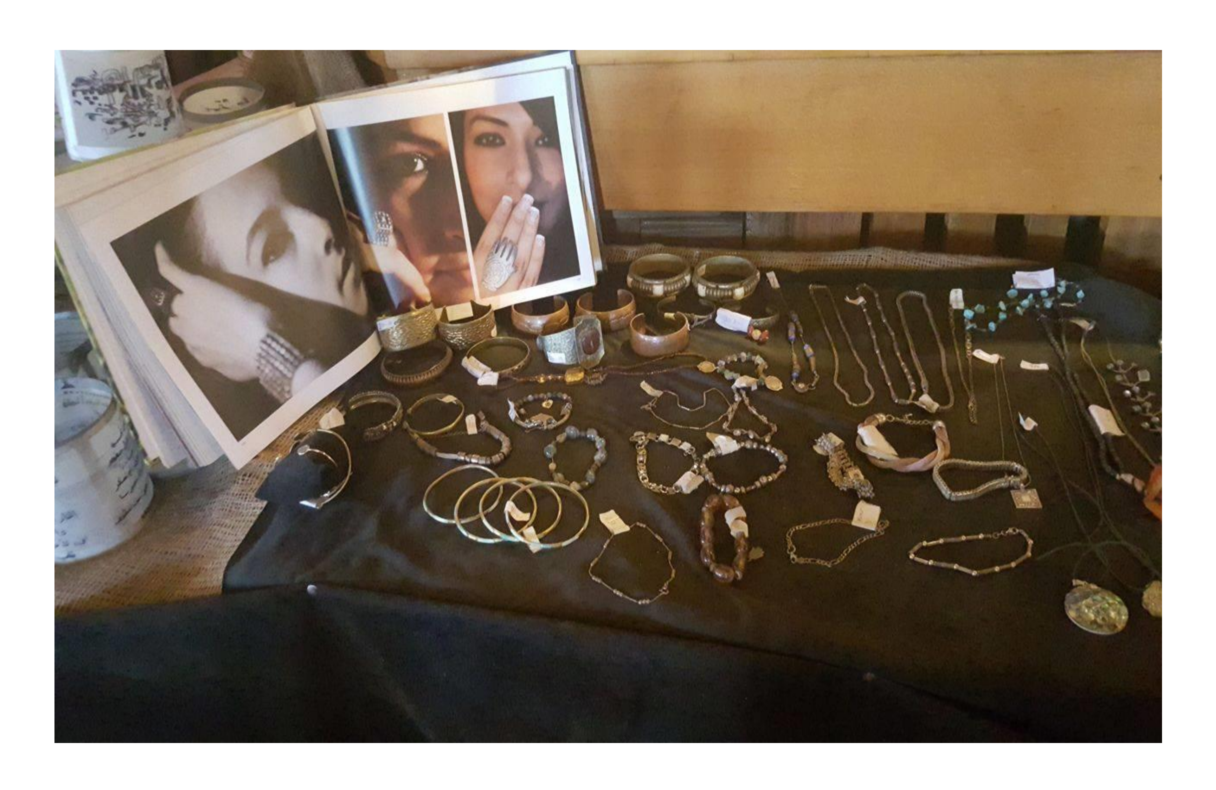
يبدو ان السعي وراء "الصناعة اليدوية" نابع من الثقافة الفرعية التي لا تؤمن بمنتوجات الآلات، ناهيك عن الذائقة الجمالية التي تمنح الصناعة اليدوية قيمة أعلى؛ تقديرا للجهد المبذول، والوله حول فكرة (DIY)[153] أو (افعلها بنفسك)، فهذه كسلوك أو ثقافة لها رواج واسع بالذات في ظل انتشار إعادة التدوير في الواقع

---

[153] أنظر Lupton, Ellen: D.I.Y. Design It Yourself, Princeton Architectural Press, 2006، حيث يستغني الأشخاص عن صناعات الشركات في سبيل توفير المال وصناعة مقتنيات ولوازم تلبي احتياجاتهم واضافة لمستهم عليها.

الفلسطيني، ابتداءً من استخدام مخلفات جيش الاستعمار[154] وحملات تدوير النفايات، واتساع مساحة الفن التشكيلي–لحد ما–في الفضاء المديني.

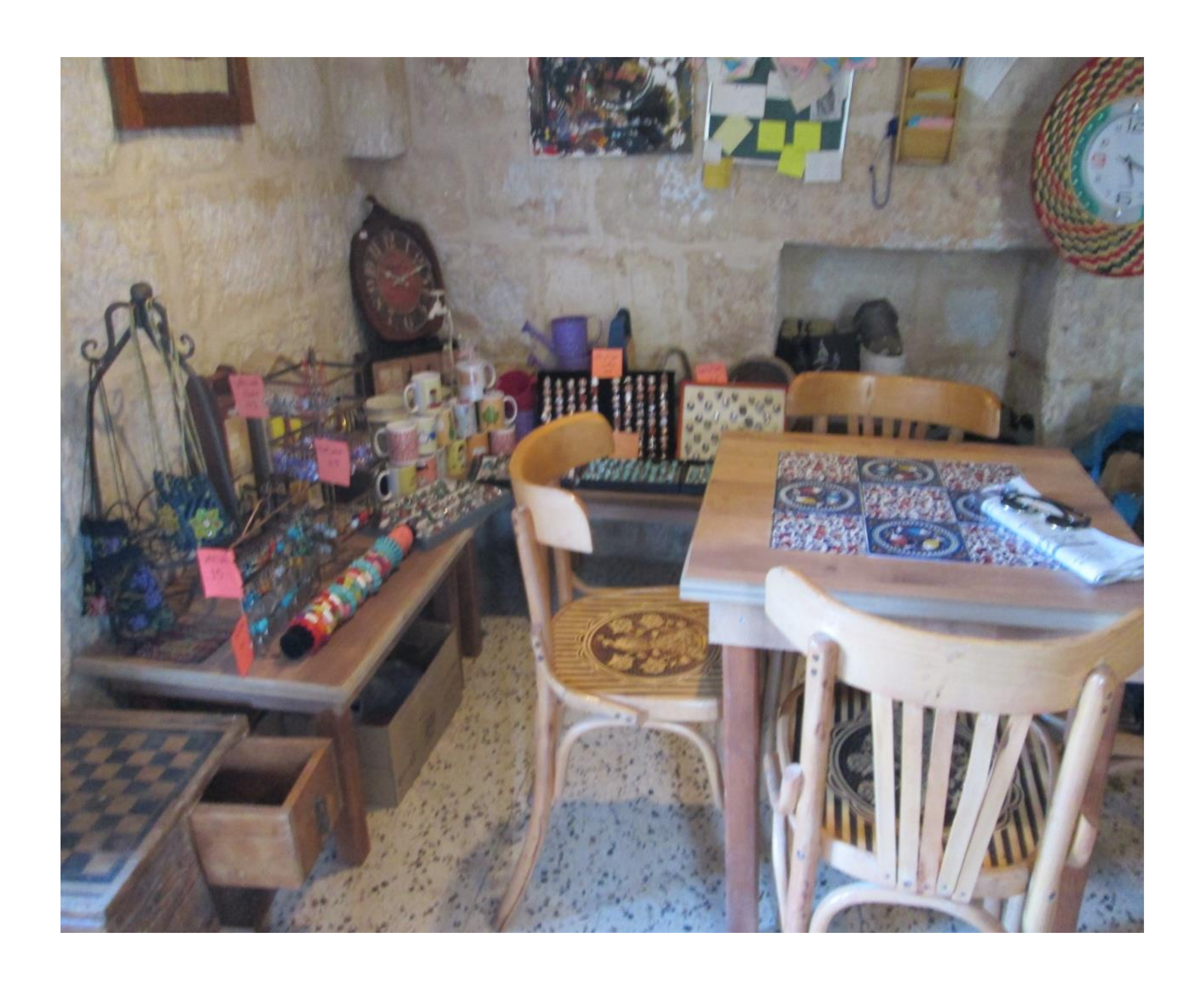
في كل من "زرياب" و "رمانة" تجد أنها تمثل نقاط لترويج أعمال يدوية أيضا لفنانين أو حرفين محليين، وفي هذان المقهيان دون غيرهما انسجاما مع الهابيتوس الخاص برواده وتلبيةً لأذواقهم تلازما مع طابع المكان، فلن تجد مثل هذه الأمور في المقاهي الشعبية نظرا لاختلاف الهابيتوس للأفراد في كلا المكانين، فالرواد يرتادون الى الأماكن التي تعبر عن ذواتهم أو "يجدون أنفسهم ينتمون لهذا المكان"[155]، وفي نفس الوقت المكان يعمل على توسيع الذائقة أو في تشكيل سمات للهابيتوس الخاص بالفرد بطريقة أو بأخرى.



الصورة في "زرياب": معرض لبعض النتاجات اليدوية

[154] مثال إعادة استخدام القنابل الغازية والعيارات النارية الفارغة، كأن يزرع فيها ورود أو يرسم بها لوحة ما ...الخ

[155] العديد من عينة الافراد لا يجدون أنفسهم في مكان أخر غير المقهى الذي اعتادوا على الذهاب عليه، أو مقهى مماثل له الى حد ما.



الصورة في "رمانة": معرض لبعض الاعمال اليدوية

هوية المقهى بين الشعبي والحداثة.

ربما الحديث عن الحداثة والعولمة مبتذل في هذه الايام، لكن العلاقة جدلية بينهما فالعالمية تسعى لنشر الحداثة والترويج لها والاخيرة بحد ذاتها تأخذ باقتصاد البلاد للعولمة، لكن مد الحداثة الذي ساقه الاستعمار، على انه النمط الحضاري الكوني وترك العرب(الدول المستعمرة) متخبطين في عملية البحث عن موقعهم ضمن هذا السياق ليجدوا أنفسهم في حالة من "التخلف" وباتوا يدعون ويمتثلون لقيم التقدم والحداثة النابع كما يسميه ابن خلدون من "ولع المغلوب بالغالب"، فالمغلوب يحذو لمحاكاة الغالب في العديد من ممارساته، وبالتالي الممارسات صوب الحداثة الدخيلة وغير المتولدة سوى في السياق الاستعماري ولدت تباحث بين

داعي للحداثة، ورافض لها صوناً للموروث، وهذا الائتمار يُعبر عنه بمظاهر متعددة ضمن المشهد الحضري، ومن البديهي ان تجد حالات تحاول التصدي للحداثة واخرى تمتثل لها، وغيرها تخالط بينهما[156].

كمشهد بسيط على سبيل المثال، "مقهيان، مطعمان، متقابلان وجهاً لوجه، يفصل بينهما شارع، بالقرب من سرية رام الله، أحدهما اسمه (زمن) والآخر اسمه (المنسي)، (لاحظوا دلالات الأسماء)، أمر عليهما مساء كل يوم تقريباً، فأذهل من تجاورهما (غير المفكر فيه) الهادئ والصامت والحضاري، رغم اختلاف بنيتهما الفكرية والشكلية، وطبيعة روادهما وموسيقاهما. زمن للشباب والشابات طلابا ثانويين وجامعيين وموظفين وفنانين، المنسي للرجال الكهول أربعينيّن وخمسينيين، يقدم (زمن) أحدث وأغرب المأكولات والحلويات، ويسمع مرتاديه موسيقى حديثة جداً، بينما يقدم (المنسي) الكباب والنرجيلة ويسمع مرتاديه أم كلثوم، فقط أم كلثوم[157]".

فرام الله مدينتان في مدينة واحدة تعمل مدينة رام الله الأولى كقرية كبرى وتتصرف الثانية كعاصمة، تفكر الأولى محليا وتفكر الثانية بشمولية...المدينة التي تتكلم العربية والتي تتكلم الإنجليزية المدينة المزدوجة حيث يتناول من يسكن فيها طبق الحمص بالطحينية في مقهى شعبي رديء والمدينة التي يطلب فيها ساكنها "سلطة سيزر" في مقهى عصري، ويوجد مناطق مختلطة كثيرة على غرار شارع ركب كلاهما فلسطيني لكنهما يختلفان من حيث الجغرافيا[158].

---

[156]المرغدي. الحسن (2017)الحداثة عند عبد الله العروي: معيقات التأخر التاريخي العربي وسبل تجاوزها . نقلا عن http://www.anfasse.org

[157]خداش. زياد، سبب رائع لحب رام الله، صفحة الفيس بوك خاصته 2009، تاريخ الاستعراض 2016

[158]بارت. بانجمين، حلم رام الله ص 13

معظم المقاهي تعلق في شبك الحداثة خلال بحثها عن الاصالة التي تبقيها في حيرة بين الموروث والمعولم، وهذا التخبط يشمل الاسم والسيميائيات وقائمة الطعام، وهذا امر مفهوم في ظل التشوه التي تعيشه رام الله، فالتدين مشوه والعلمانية مشوهة والطبقات مشوهة أيضا.

وقد تبلغ ذروتها في المقاهي الشعبية التي تبدو أكثر صمودا في وجه الاستهلاك المعولم، كأن تجد أرضية مقهى "البرازيل" منثورة ببقايا الخشب "النثارة/ النجارة" في أيام المطر ليس حرصا على سلامة البلاط من الإتّساخ بالوحل بقدر ما هو حرص على سلامة الرواد من التزحلق، بالقدر الأعلى كونها باتت عادة متوارثة في ذاك المقهى وأبت الاستسلام امام وسائل نظافة وحماية من التزحلق أكثر "تطوراً"، وكمثال اخر وجود قابلية التسليف أو الشراء بالدّين والمحاسبة في وقت لاحق، ربما ومن دون مبالغة يعتبر ذلك المقهى المكان الوحيد الذي قد يمنحك ميزة "التداين" في كل المدينة.

فضاءات تحتفظ بالعادات القديمة وأخرى تفتح أوسع الأبواب امام العولمة في سلوكياتها، كما ظهر سابقا في جزئية صناعة طابع المكان، ومن مشاهد التخبط إعادة استخدام البيوت القديمة لتكون مقاه ومطاعم، اعتباراً ان هذا الترميم سيحييها، وهو استخدام واضح في أكثر من مقهى في رام الله كإشباع لحنين معين أو استدعاء لجمالية المكان، لكن هذا الاحياء بصورة ما يقتل تاريخ البيت القديم والامعان الوحيد يكون في الميتافيزيقي وجمال البناء، لكن وظيفة كل تلك الأجزاء في المنزل القديم يمر عنها الرواد ولا يروها ""فالعلية"، تصبح مكانا للأكل و"الطاقة"[159] تصبح رفاً للتحف.

---

[159]مفردها طاقة وهي اشبه بالنافذة لكنها من الداخل فقط ولا تنفذ للخارج، كما لو كانت صندوق محفور في الجدار الداخلي للبيت.

ربما تجدر الإشارة الى ان عولمة بعض العادات الغذائية التي تشكل على ما يبدو "تطورا معقدا بقدر أكبر مما يتصوره المناوئون للكوكاكولا وماكدونالد وغيرهما، فهناك نماذج من الاستهلاك المستوردة يمكن ان تعتبر رمزا فعلي للانتماء الى (الجماعة المتخيلة)"[160]فأحيانا استحداث صنف او " لون من الطعام أو الشراب الذي تأقلم حديثا يمكن ان يتحول بسرعة الى دواء مخدر"، بالتالي تداول العادات الغذائية يشير على عمليات إعادة تشكيل تخص الهوية التي من الممكن ان تصبح في المدى البعيد إعادات تشكيل مدنية[161]، فمن الطقوس الملاحظة داخل أكثر من مقهى اختيار احتساء "الشاي الأخضر" والذي يلقى انتشار واسعا وهذا مبرر وفق طبيعة الخطاب الجمالي وصناعة الذوق (النحافة، الرشاقة، الجسم المثالي) بجانب الخطاب الطبي الذي يدفع بنفس الاتجاه بصورة ما ضمن المتخيل العام حول الاستهلاك ونمط الحياة وصناعة الذوق، وهذا ينطبق على العديد من الاطباق التي انتقلت من المقاهي والمطاعم لتدخل البيوت بعد أن تم قبولها وفق ذوق المستهلكين، بالمناسبة بعض الأماكن باتت توظف الخطاب الصحي بأسلوب أوسع، يمكنك النظر الى قائمة طعام "Fitafe[162]" او أن تستعرض الصفحة الخاصة بهم في فضاءات التواصل عبر الشبكة الالكترونية، لتجد مقدار الترويج للطعام الصحي ووصف المكونات وفوائدها ضمن تعزيز ذوق استهلاكي معين.

بنية الحقل الكافيستي (اشكال أخرى للصراع)

كل حقل يتكون من فاعلين يأخذون شكل أفراد أو مجموعات أو مؤسسات، المقاهي بشكل عام هي فاعل في الحقل الكافيستي وبالتأكيد تتقاطع مع حقول أخرى، وإذا ما حددت وجود (حقل المقاهي) تستوجب عملية

---

[160] فرانسوا بايار. جان، تر. حليم طوسون، أوهام الهوية، دار العالم الثالث. القاهرة، 1998، ص169

[161] المصدر السابق ص169

[162] فضاء طعام في مدينة رام الله يقدم نفسه كـ Health Food Shop or Health food restaurant

الكشف عن الرساميل المتراكمة والهابيتوس (بصيغة الجمع) الموجِه للفاعلين وعن اشكال الصراع والمنافسة والرهانات بين الفاعلين داخل هذا الحقل.

1.الرساميل النوعية في الحقل

رساميل الفاعلين في المقهى تعتبر رساميل للمقهى نفسه بحيث في المقاهي الشعبية يتم كثيرا ذكر الفئات التي يندرج منها الرواد كالأطباء والمحاضرين الجامعيّن وأحيانا تذكر أسمائهم إذا كانوا معروفين، وتدرج بصورة مدعاه للفخر بهم "كمواظبين"، في المقابل المقاهي الاخرى تستذكر روادها الفنانين وتحتفظ بصور لزياراتهم للمكان أو صور للشخصيات السياسية التي زارت المقهى يوما، بالإضافة الى نشر صور الزوار (خلال جلوسهم في المقهى) على صفحات الانترنت، كما لو كان رأس مال نوعي، وهذا يظهر بوضوح عند زيارة الأجنبي للمقهى العربي، كما في الصورة التالية: –



أحد الافراد المسؤولين عن إدارة المطعم يعرض الصور على صفحة "الفيسبوك" الخاصة بالمطعم ويذكر مديح مجموعة من الشرطة الأوروبية والطلاب الصينيين للمطعم ومأكولاته، فهذه لا يعبر عنها الفاعل "المقهى" الا إذا اعتبرها رأسمال نوعي.

فكل من له رأس مال ما (ثقافي، اجتماعي، سياسي، الخ)، وكأنه يمنح شيئا منه للمكان الذي يرتاده باستمرار، مثال اخر مقهى رام الله، يعتبر لفترة طويلة انه مقهى للمثقفين اذ يرتاده عدد من الكتّاب والمثقفين، الامر الذي يصبغ المقهى بطابع ثقافي، ويجعله محطة لمعظم المثقفين، بالتالي هذا يشكل رأس مال للمقهى نفسه أن رواده من الفئة المثقفة الأمر الذي يمنحه هذه الميزة مقارنة مع مقهى آخر.

كل مكان أيضا يتباهى بالشخصيات المعروفة مثل الفنانين "المعتبرين" الذين يزورره سواء لإحياء امسيات أو كمرتادين عاديين، فذلك ايضا يجلب لهم الزبائن بصورة ما، ويرفع من قيمة رأس مالهم النوعي.

وهناك أنواع أخرى من الرساميل مثل رأسمال نوعي "الاقدمية" معظم المقاهي تميل لإسناد تاريخ تأسيسها مع شعار المقهى أو على قائمة الطعام، وأحيانا أخرى تجعله الرقم السري لخدمة Wi-Fi الانترنت، لأن فكرة الأقدمية "الاصل" لها قيمة كبيرة في هذا السوق تستحضر بصورة ما دلالة على الخبرة وانجاز العمل والكفاءة والباع الطويل في العمل، بالتالي كأن الاقدم هو الافضل.

بالتأكيد ان طابع المكان يعتبر بمثابة رأس مال للمقهى، مثل أنماط الجلوس والاستهلاك المرتبطة بثقافات معينة، من الأمور الواضحة التي يعتبرها الرواد رساميل أو حسنات لمقاهيهم المفضلة، بدءا بطبيعة المكان اذ يكسب الميزة من طبيعة البناء، مثلا المقاهي التي تشيد في البيوت القديمة تعتبر ذلك إحياءً للتراث وإشباعاً لحنين معين، والأمر على نفس الوتيرة للمقاهي التي تفتتح في أعالي البنايات أو في البنايات الحديثة

والتي تستحضر أنماط العولمة بإشباعها لمخيال آخر يلامس في أدنى صوره شعور الاطلالة من الاعلى والاستمتاع بالمشاهد المحيطة والشعور بحداثة المدينة ضمن البنايات الحداثية المرتفعة.

من الرساميل النوعية الإضافات المجانية، مثل التوصيل المجاني، "العروضات" للزبائن، توفير الطعام المختلف أو النادر (بالمعنى الغرائبي)، أحد الميزات أو الرساميل لدى "مقهى البرازيل" إمكانية التسليف، حيث يمكن لزبائنه الجلوس والاستمتاع بالشراب ودفع ثمن الخدمات في وقت لاحق، اذ يتم تسجيل الديون المستحقة على سجل.

أحد الميزات الحديثة والتي دخلت مجال التنافس، قيام المقاهي بإتاحة المجال للرواد بالرسم على الجدران داخل المقهى أو أن يتركوا اقتباسات أو تواقيع...الخ، وهذه الفكرة ستدفع الزبائن للعودة الى المكان مجددا لأنهم تركوا أثرا يعنيهم أو ذكرى هناك.

2.استراتيجيات الهدم

كل حقل خاص يستدخل تغيرات نوعية عليه فعلى سبيل المثال المقاهي في الوسط العربي يبدو دخول الاناث عليها تغيراً نوعياً (ثقافي، اجتماعي) فالأمر لا يتوقف عند حدود فعل وانما ما يليه من أفكار كدعوة للعدالة الاجتماعية والتحرر وتبني مظاهر "التطور والحداثة"، وربما ما تحاول تحقيقه المقاهي الجديدة من تغيرات نوعية تتجلى في فعل الاستهلاك نفسه، بالمعنى الممارس يمكن ملاحظة أنماط الامركة والاوربة، سواء في تفويض قواعد السلوك أو الذوق والشعور.

استراتيجية الهدم لدى مقهى حلب الذي يقدم نفسه على انه شعبي ويريد كسر حكر المقهى الشعبي على الرجال، هي سياسة هدم نحو ما يتم اعتباره شعبي لأن التغيير النوعي قد تم منذ اللحظة التي ظهرت فيها

أنماط المقاهي "café" التي فتحت المجال لدخول كلا الجنسين، ولكن ما يتم اعتباره ميزة أو بصمة نوعية لحد ما "لطابعه" الذي يوفر جو من التسلية مثل وجود أوراق اللعب والشطرنج وألعاب التفكير الأخرى لكلا الجنسين وبصورة مشتركة، هذه الأمور التي ارتبطت بصورة المقهى التقليدي أو الشعبي، وتبني سمة الشعبي تجعل من هذا المقهى يبرهن لرواده أن المردود المادي شر لا بد منه وأن الغاية تحصيل وتشكيل هوية ملائمة لفكرة المكان ورواده، بالتالي يمحور خطابه بأن *"المقهى شعبي وليس كوفي شوب واسعارنا شعبية مثل الاسعار الموجودة في المقاهي"*، وضرورة تحقيق المساواة الاجتماعية في هذا المجال، *"نحن نفتح المجال للإناث والذكور بالقدوم هنا"*[163].

لنطرح مثال "مقهى رمانة" كفاعل طليعي يتبنى استراتيجيات الهدم ويهدف الى مراكمة رأس مال نوعي ويقدم إعادة تعريف لمبادئ الإنتاج ويقوم بتقويم منتجات الفاعلين الآخرين ويحط من قيمة رأس المال الذي يمتلكه الفاعلين المهيمنين، والآخرين كحاملي الشرعية يتمسكون بالخطاب العالمي أو بالخطاب المعولم للإنتاج والدفع وراء النمط النخبوي من الاستهلاك، والذي يسير والخطاب السياسي، فإحداث أي فعل مُخل بشروط اللعبة سيتم إقصاء الفاعل منها، وهذا ما حدث على الأغلب "لرمانة"، حيث كان وجهة لعدد من المثقفين الأحرار، كون "رمانة" يهيئ الجو المناسب للنقاشات الثقافية والفنية والسياسية، وعلى ما يبدو ان ذلك شكّل بصور ما صداماً مع الخطاب السياسي (للسلطة الوطنية) وغايات المهيمنين في هذا الحقل، فعلى مستوى الخطاب السياسي (أجهزة السلطة) فمثلا تم الربط بين فعل المقاومة والمكان، في قضية الشهيد باسل الاعرج، حيث خضع "رمانة" لملاحقة وتحقيقات كون الشهيد كان من رواد المكان ومتطوع في عدد من النشاطات، فمن منظور الخطاب السياسي أن الندوات التحاورية كرهانات جديدة تُرفض في هذا الحقل، ناهيك

[163] مقابلة مع مدير مقهى حلب

ان المقهى وفق الخطاب السياسي قد يعمل كأداة للحقِن الفني او انتاج لاعبين للحقل الثقافي كالفنانين والكتاب الجدد ولكن ليس المثقفين المقاومين.

على مستوى الفاعلين المنافسين في الحقل اعتبروه تجاوزا لرهانات المقاهي من وجهة نظر الفاعلين الاخرين–جملة المقاهي–، حيث يرى الفاعلين المهيمنين ضرورة "الحياد" والبعد عن أي نقاشات خارج التسلية والترفيه والاستهلاك، وان لا يمثل المقهى مكانا للحشد فيما يتعلق بالأمور السياسية، وهذه الآراء على مستوى العلن وأحد قواعد اللعب. ناهيك عن فكرة عدم المنافسة في سبيل التحصيل المادي، وعدم تهيئة المقهى لما هو ترفيهي بحت، تعتبر رهانات جديدة (اللقاءات الفنية، الندوات، المعارض، النقاشات–فيلم، رواية، الخ–) حيث تكون هذه الأمور على حساب الاكل والطعام، فالشرط الاساسي للدخول في الحقل هو الاعتراف بالمراهنة وفي الوقت نفسه الاعتراف بالحدود التي لا ينبغي تجاوزها وإلا سيتعرض للإقصاء.

سيسيولوجيا الجمهور داخل الحقل الكافيستي

التنوع الثقافي في المدينة يفتح المجال الاوسع لكل الأشخاص (القرى، المخيمات، المدن الأخرى) للالتقاء في فضاءات المقاهي، وبالرغم من عدم وجود قوانين مكتوبة للأفراد في المقهى لكنه بصورة ما يمثل فضاءً لمراكمة رساميل نوعية

1.تمايزات في الرساميل

صحيح ان كل مقهى يمثل فاعلا ضمن الحقل الكافيستي، ولكن هو بحد ذاته فضاء فيه مجموعة من الفاعلين أو بكلمات أخرى يمثل حقلاً أصغر لكن البحث عن اشكال الصراع والرهانات داخل هذا الحقل عملية ليست بالسهلة وتجشمت عبئها لجسامتها، بتَهَيُّب شديد، ولربما كانت أفلح الطرق في سبيل تحقيق ذلك

الكشف عن الرساميل والرهانات الخاصة بكل فاعل، وتوخيا للمرونة اريد الإشارة الى أن الصراعات في معظم الحقول تتخذ أشكالا مختلفة من ضمنها المنافسة والمسابقة.

بداية ماهي الرساميل التي يمتلكها الفاعلين في المقاهي أو بعبارة اخرى ماذا يلزمك لأن تدخل مقهى ما؟ لابد من وجود "رساميل مادية" للدخول الى أي مقهى، في المقاهي الشعبية –مثلا–لا يلزمك سوى رساميل بسيطة جدا تتكلف بتغطية استخدامك أو شرائك للسلعة "المقهى"، المقهى كسلعة كاملة من تقديم مشروبات والاستمتاع بالجلوس والالتقاء والحديث (الخ)، ومن المؤكد ان الرساميل المادية المطلوبة من الفاعل تتضاعف كلما صعدت بتراتبية الفاعلين الأكبر ضمن الحقل الأكبر "حقل المقاهي" حيث سيلزمك رساميل مادية أكثر في حال اردت الدخول الى حقل أخر "مقهى آخر غير شعبي جدلا،–أتمنى ان لا تكون كلمة "شعبي" مصدر للالتباس، والحق ان استخدام المفهوم يحمل نفس الاستخدام الذي يراد به ضمن المتخيل العام للدلالة على البساطة والثمن المنخفض مقابل الأشياء والخدمات، وبصورة ما يتم وصف كل شيء سهل المنال أو بمتناول الجميع لانخفاض ثمنه بالشعبي، وليس انه جامع لكل الشعب من حيث ذوقه أو دلالته المعممة.

حقيقة القول ان من الضروري ان نعلم انه إذا كان للصراع (المنافسة) مكان فيجب التمييز بين فئتين من الزبائن داخل كل مقهى، الفئة الأولى والتي نعتها اولدينبيرغ بالمنتمين (المواظبين) الذين يتخذون مقهى معين وجهة لهم ومن النادر ان يزوروا مقهى اخر، ويرتادوه بشكل يومي، والفئة الأخرى وهم الرواد "العابرين" وهم الأشخاص العاديين الذي يرتادون المقاهي دون ان يشعروا ان لهم انتماء معين، فتكون المنافسة واضحة بين هاتين الفئتين، تتمثل في الاقدمية والمواظبة للحصول على معاملة معينة، وشعور معين كما لو كان المقهى بيته.

فيظهر لدينا صنف من "الرساميل جندرية" ضرورية عند زيارة بعض المقاهي، فالمقهى الشعبي مثل نمط مقهى "البرازيل" أو "ايفل" قائم على أساس ان الرواد من الذكور فقط وهذه حالة من الإعلان الواضح عن ان لا موطئ قدم للإناث فيه، بالتالي عدم امتلاكك لهذه الميزة (ذكر)سيتم اقصاءك او حرمانك من دخوله، في حين ان مقهى ما يقبل كلا الجنسين يكون بمثابة رهان ورأس مال (نوعي عابر لحدود الجنس) كفاعل ضمن الحقل الكافيستي.

من الرساميل الأخرى "رساميل الأقدمية" فهي موضع للتمييز، في معظم المقابلات في المقاهي الشعبية مثل "مقهى البرازيل" سمعت عبارة "من التسعينيات وانا ارتاد هذا المكان"، "خدمة علم" وغيرها من العبارات التي يعبر فيها الفاعل عن انتمائه لهذا المقهى ويتمايز بها عن الفاعلين الاخرين كونها رأسمال ورصيد تعود عليه بمعاملة مختلفة عن الوافدين الجدد وخير مثال على ذلك أن يعرف النادل طلب–حاجة الشخص من الشراب– عند دخوله الى المقهى، وهذه ممارسة تسعد العديد من الفاعلين، والتي هي استحقاق للفاعلين المتأخرين (الأكثر قدما) والتي تبدو واضحة في المقاهي الشعبية (البرازيل على سبيل المثال)وهذا ينوط بفهم الحمولة المعنوية لاحد اشكال الصراع او المنافسة على تحقيق أسلوب خاص يتعلق بحسن المعاملة.

ورساميل الاقدمية تخالط المواظبة أو فكرة الزبائن "النظاميين، الانتمائيين" بلغة اولدنبيرغ، ولو صح التعبير بأن نقول هناك "رأسمال انتمائي" فالفاعل منتمي لهذا المقهى بالتالي الإخلاص ضرب ضروري، وهو كرأس مال مختلف عن "الاقدمية" لكن دون الانتماء لهذا الحقل لن يكون لهذا الرأسمال قيمة في حقل اخر أو في أي سوق أخرى. ومثال اخر على قدرة راس المال هذا كأن يقوم النادل أو المدير بحجز طاولة لاحد الزبائن النظامين أو الاقدمين والاعتذار من حجزها لزبون أخر. وفي نفس الوقت تكون المدة التي يقيضها الفاعل في المقهى من وقت النهار وكأنها تمنحه ميزة كلما طالت، وكأنه يقوم بواجبه أو كما لو كان المقهى بيته.

من خلال بعض سلوكيات الافراد –التي يمكن ان تلاحظها في عملية المشاركة "المشاهدة" أو المسائلة، تجد أن هناك نوع من الصراع على الاذواق على سبيل المثال في المقاهي الشعبية تجد أن ذائقة الرواد الأكبر عمراً تفضل أمور كثيرة على مستوى الموسيقى والاكل وتحكم على ذائقة الجيل الجديد بالسيئة، بالإضافة الى وجود تنافس او محاولات تأكيد على ذائقة البعض من خلال امتداح الموسيقى أو اندماجه معها أمام أصدقائه، العديد من المبحوثين أعلنوا أن الموسيقى في المقهى الذي يتواردون اليه كونها تشبع اذواقهم باتت سبب رئيسي للتوجه اليه.

2.الفردانية والتحايل على الجمعي.

العديد من الفاعلين يتوجهون للمقهى للجلوس والحديث او لممارسة بعض الطقوس، ولماذا المقهى بالذات؟ ضمن السياق التي تفتقر فيه مدينة رام الله للفضاءات العامة الأخرى مثل الحدائق العامة وان وجدت فهي بالكاد تتسع لمئة شخص، بالإضافة الى انها لا تشبع رغبات المتخيل للأفراد[164]، ومع ذلك يمثل الفضاء المديني لرام الله بشكل عام متنفس يتيح المجال ليجد العديد من الأشخاص فيه نوعا من الحرية الفردية– بالمفهوم الضيق–واحترام الخصوصية، وهذا المتنفس قد يبدأ من لحظة لقاء الرواد من كلا الجنسين وممارسة بعض الأفعال التي قد تعتبر غير مقبولة مجتمعيا مثل تدخين السجائر من قبل الاناث –استخدام النارجيلة يلقى قبولا اكثر على عكس السجائر وهذا ضمن فلسفة أخرى–، او كممارسة أخرى تبادل التحية بطريقة حميمية قد لا تقبل في الشارع الذكوري وتضع الممارِس مرمى الانتقاد، فالمقهى قد يوفر هذا الجزء من الخصوصية.

---

[164]المتخيلات تتمثل في الحدائق العامة التي ترتبط لحد ما بالأشجار والمساحات المفروشة بالأعشاب ووجود الماء واماكن الجلوس...الخ

ربما من المغذي لهذه الجزئية توضيح بعض المفاهيم والتي تتعلق بالصداقة والضيافة وليدة العادات والتقاليد، اذ هناك هابيتوس طبقي لكل جماعة معينة–قد تمثل نسبة كبيرة من المجتمع، أي الحديث عن مدينة رام الله وما تحويه من اشخاص من المناطق الأخرى– ينظم تصرفاتهم مع الأصدقاء والضيوف، اذ يتم قبول علاقة الصداقة بين فتاة وفتاة أو شاب وشاب، ومن غير المرحب بأن تكون هنالك علاقة صداقة بين شاب وفتاة، وربما تقبل علاقة الزمالة في المؤسسات التعليمية والعمل، –بالتأكيد أنا لا أعمم هنا ولا أدعي نسبة معينة لكل فئة–، وهذا الاعتقاد منوط بقواعد تَحرِم الأصدقاء من كلا الجنسين بالالتقاء في بيت الاخر، وهذا السلوك تحت مظلة العادات والتقاليد يدفع الفتاة الى لقاء صديقها في مكان ثالث مثل المقهى –الوجهة الأكبر– وليس في منزلها حيث سيطالها الحرج لفعل ذلك، فالمقهى يأتي كمعالج او كأداة للتكيف أو التمرد على "العرف الجمعي".

أسبقت في مكان ما في هذه المناولة ان لشبكة المعارف دور ما في اختيار المكان، وهذا الاختيار يُبنى أيضا على خصائص وطبيعة الأشخاص الذين سيتم الالتقاء بهم، او ضمن معايير الذائقة، على سبيل المثال اذا كان الفرد ضمن مجموعة من الذكور (غير مواظبين على ارتياد مقهى معين) فسيكون المقهى الشعبي وجهة لهم، اما في حال أراد الفرد الخروج إلى مقهى مع فتاه فسيذهب إلى مكان اخر يسمح بدخول العائلات (مفهوم العائلة له معنى خاص لدى ملّاك المقاهي، اذ يعتبر أي ذكر وانثى عائلة، بالتالي ذكرين وانثى عائلة، أي وجود مجموعة بأفراد من كلا الجنسين سينطبق عليها مفهوم العائلة بغض النظر عن عدد الإناث مقابل الذكور) وفي بعض الحالات الرواد غير المواظبين يذهبون الى مقاهي بناءً على جنس أو طبيعة

رفقائهم، أحد المبحوثين يقول "حينما أكون مع أصدقائي نكون هنا، *في حين أردت الخروج مع صديقاتي نذهب الى بيتس اند بايتس أو جاسمن"* [165]،(الاخيران كافيهات: تتبنى فكرة "العائلة")

تبدو العلاقة بين المكان والهابيتوس تبادلية، فالفرد يختار المقهى الذي يرتاده وفق ذوق معين ليمارس اشباعات ضمن الهابيتوس خاصته، وفي الوقت ذاته يعمل المكان على اكساب الفرد ثقافة ما أو يعزز بعض الاستعدادات لديه، فأحد افراد العينة مقيم في رام الله منذ 5 سنوات أخبرني كيف رام الله وبهامش الحرية الذي توفره مقارنة مع بلده الآخر، وتنوع الثقافة عملت على تغير العديد من افكاره وتبنيه أفكار جديدة، ثبتت لديه من خلال تعليمة في الجامعة والقاءات الفنية والنقاشات التي تم معظمها في المقاهي، ناهيك على ان المقاهي توفر له هامش من الحرية وبالالتقاء مع أصدقاء من الجنس الاخر وهذه اللقاءات غير المرحب بها ضمن الهابيتوس العائلي لديه، اذ من الممكن أن يمثل المقهى مسرحاَ لممارسات تلقى رفضاً في الفضاء العام، مثل الحديث بنبرة مرتفعة على سبيل الطرفة أو الضحك بصوت مرتفع، أو أن تشرب الاناث السجائر داخل المقهى وليس في الشارع كفضاء ذكوري؛ الذي قد يحرم الفرد من اظهار مواهبه ايضا كالعزف والغناء، اذ يتم وفقا لطابع مقهى معين قبول بعض الممارسات الاجتماعية مثل تدخين النارجيلة والتدخين و العزف والغناء من قبل الاناث(مقارنة مع الفضاء العام)، فرهانات المقهى القديم(الكلاسيكي) تم احداث بصمة نوعية عليها وتتم تدريجيا عملية التخلص من كل الرواسب وبدأت الرساميل الجندرية تفقد قدرتها الشرائية في سوق السلع المعولم.

---

[165] كلام أحد افراد العينة من الزبائن، ويقصد بكلمة" هنا" مقهى ايفل، حيث يعتبر مقهى شعبي

خاتمة

يمثل الحقل الكافيستي وعلى سياقه مدينة رام الله حالة من التشابك بين الماضي والمعاصر ضمن مجموعة من المحددات التي تحاول خلق صورة عن المدينة وتنوعها وهويتها الثقافية، فلا تستطيع الانفصال عن الانغماس المعولم والمنظومة الدعائية المفرطة لأنماط استهلاك عالمية، مع محاولة الحفاظ على نسق ثقافي يربط حداثة المدينة مع ماضيها، ويعيد تشكيل رمزياتها داخل فضاءها العام، وكحال المجتمعات العديدة التي باتت لها الجاهزية لقبول الاستهلاكية (بالفحوى الثقافي والمادي للكلمة) لما هو دخيل وجديد على ثقافتها تظهر هذه الفضاءات بصورة ما كما لو كانت تمثل مزارات ووجه سياحية خارجية وداخلية بمعنى أن الوافدين من الخارج يعتبرون المقاهي كما لو كانت أماكن سياحية، والوافدين من القرى والمدن الفلسطينية الأخرى يتعاملون مع بعض المقاهي في مدينة رام الله كوجهة للترفيه في ضوء فقدان المدينة لمعالم سياحية، وضعف الاستثمار في مجالات ومشاريع أخرى فالمدينة تغرق في المقاهي على حساب الأماكن الثقافية والتاريخية.

التسابق على الدخول في هذا الحقل مشرعن في ظل الخطاب السياسي، ويتخذ هذا التسابق اشكال متعددة من المنافسة والصراع تتمثل في مراكمة رساميل مادية بالأساس وأخرى نوعية والتسابق في إحداث بصمات أو ميزات بين الفاعلين، بدءا بجعل المقاهي مختلطة وكسر حكر الرجال لها وتبنيها لأنماط مختلفة من ثقافات أخرى ومن ثم استجلاب اكلات عالمية ولاحقا استحضار طهاة من خارج الوطن وتخصيص بعضها لأكلات معينة (الاكل الصيني، الإيطالي، البحري...) ، وهذه التحولات ترافقت وجملة من الشروط التاريخية والاجتماعية التي مكنت من ولادة حقل المقاهي حيث مر بمراحل عديدة اذ انطلق بدءاً من بذور القهوة والشراب إلى ان وصل إلى نمط حياة أو معلم حضاري، تاركاً في كل مرحلة بصمة وتاركاً ميزة ومراكماً انماطاً واعداداً كبيرة من المقاهي وفاتحاً المجال للاستهلاك والاستثمار وما تبعه من نتاجات في هذا الحقل،

وانشئ حب الرغبة بوجوده لدى العديد من الفاعلين وولد طلباً عليه لأنه بصوره الكثيرة حقق منافع ولبّى رغبات كثيرة للجمهور وجعل العديد منهم زبائن مواظبين، ويعتبر اليوم كبديل عن اماكن كثير في ظل ندرة الاماكن العامة.

وحيث تقوم المقاهي بإنتاج أو تبني طابعها الخاص والذي يكون أداة للمنافسة في الحقل الاكبر ويكون بمثابة سلعة للمستهلكين (الرواد) حيث يلبي رغباتهم من انماط جلوس وموسيقى لوحات وقواعد سلوك، ضمن سلطة المكان الذي يمارس العنف الشرعي بفرضه طابعه على الفضاء بأكمله مما يسمح بدخول من له استعدادات تقبل ذلك فقط، سواء كان في المقاهي الشعبية أو المعاصرة، ويدل طابع المقهى عليه بالتالي دخول الافراد اليه ينظم من خلال نسق الاستعدادات الخاص بهم وبتوفيره مساحة لتحقيق مخيال فردي معين فيه بعض التحايل على الخطاب الجمعي لدى بعض الفئات، وفي نفس الوقت يعمل كأداة استدخال لنسق الاستعدادات لدى بعض الافراد.

وبصورة ما تمنح الرساميل المتنوعة التي يحملها الرواد شيئا من قوتها للفضاءات التي يواظبوا على ارتيادها لتصبح رساميل للمنافسة بين الفاعلين الأكبر (المقاهي)، وفي الوقت ذاته كل رساميل يحملها المستهلك تمنحهم ميزات في المقهى نفسه مثل الاقدمية والمواظبة والرساميل الثقافية والاجتماعية وغيرها، فالرساميل لا تنفصل عن الحقل، مما يفتح المجال لفئات أخرى سواء كانت شركات كبرى او مؤسسات ثقافية لفهم اذواق المستهلكين لتجد هذه الفئات طريقها إليهم مستثمرةً وجودهم في مقهى ما اعتماداً على فهم الهابيتوس الخاص بهم.

ملحق رقم (1): الأسماء وفق التركيبة المستخدمة

في مورفولوجيا الأسماء أو تركيباتها تتنوع الصيغ في الكلمات او العبارات المستخدمة كدوال، حاولت ان اختزلها كالتالي من أجل البحث عما يتم اقصاءه، بالتالي فالجدول يظهر اسماء المقاهي تحت التصنيفات المختلفة.

أسماء، أعلام، او اسم مالك المقهى	مقهى الفيشاوي، مقهى المزرعاوي، كوفي شوب حمادة، مقهى الريان، لوسين، مقهى نارا، جو كافي، جيفارا، زرياب، مقهى رغد، مقهى الندى، مقهى الصفا، السيزار، بيت انيسه، كاسبر، كافيه علاء الدين، مقهى جفرا، عايشة كافي،Jasmine cafe
أسماء دول أو مناطق	مقهى الطيرة الشعبي، كوفي شوب الريف الفلسطيني، مقهى الضيعة، مقهى العجمي، مقهى الشام، مقهى بغداد، ليالي الشام، ايفل، مقهى المزرعاوي، الحمراء، مقهى بلدنا، حلب كافي، مقهى رام الله، مقهى رام الله 2، مقهى البرازيل، مقهى فلسطين، مقهى عرب، مقهى العربي.
أسماء النباتات	سنديان، رمانة، كستنا، جاسمين كافيه، مقهى النخلة،Kiwi cocktail and café ، lemon، Almonds، روميرو
إيحاءات موسيقية	عود، جيتار بيسترو Guitar Bistro ، ناي-(Nairesto café)،مقهى جفرا، beats & bites، Samba Cafe & Restaurant
ايحاءات حول الوقت والزمن	الفصول الأربعة، ليالي الشام، زمن كافيه، ترويئة، free time،Vintage cafe ، مطعم وكوفي شوب برونتو، مقهى دوار الساعة.

أسماء لها علاقة بالبيت واجزاءه والبناء	شباك، العلية، مقهى بيت الدرج، بيت انيسه، بيت أرضي، la Grotta او المغارة[166] Castello Restaurant & Cafe، stones cafe فخار ، stones cafe
أسماء لها علاقة بالالتقاء	زيارة كافيه، ملتقى الغرباء، مقهى وناسة
أسماء لها علاقة بالأكل والشراب	Beats & bites، Sangrias، Vintage cafe، Lavaza cafe[167]، Origano
أسماء لها علاقة بالوصف	مقهى النجوم، طل القمر، gold rock، blue angle، cool
قيم معينة او سلوك أو فعل تصف مواقف محددة	بساطة، سيران، لافيستا، لاكوستا، لافيدا، كافي ديلاتور،لافي كافي.
أسماء معولمة أو فروع عالمية	,Suits Court Royal. Eastern Best, Park Grand, Caesar.Movenpick, Dominos Checkers, KFC, Hut Pizza

[166] بالإيطالية تعني الكهف، يسند اسم المقهى مع كلمة "المغارة" بالعربية العامية

[167] يتم اسناد lavaza لكلمة كافيه حيث اللافازا شركة قهوة إيطالية تصدر القهوة تحت عنوان "لافازا" تم إنقاص حرف z في الكلمة على ما يبدو تبعا لإجراءات قانونية

ملحق رقم (2): محاور المقابلات

كون اسئلة البحث كانت من نمط الاسئلة المفتوحة بالتالي ارتأيت إلى ان أُدرج المحاور التي تم مساءلة المبحوثين حولها؛ عوضا عن ارفاق الاسئلة.

1 . المقابلات مع الموظفين وملاك المقاهي، المطاعم

المحور الأول: تاريخ انشاء المقهى، وصيرورته

المحور الثاني: طبيعة الخدمات المقدمة

المحور الثالث: فترات الدوام، عدد الموظفين، طبيعة الرواد

المحور الرابع: الفكرة من وراء التصميم واختيار الموقع والغاية من التسمية

المحور الخامس: رهانات المقهى (الغايات والاهداف المنشودة لكل فاعل في الحقل)

2 . المقابلات مع المبحوثين

المحور الاول: المعلومات الاساسية عن العمر والعمل والتعليم

المحور الثاني: المقاهي التي يواظب على ارتيادها

المحور الثالث: الهدف من الارتياد، واوقات الارتياد، والمدة التي يقضيها في المقهى

المحور الرابع: درجة الراحة الموفرة

المحور الخامس: شعور الرواد إذا ما كان المكان يمنحهم ميزة معينة، والقدر الذي يشعرون بأن المقهى يعبر عنهم من خلال تجسيدات الفن والرسومات والموسيقى وطابع المكان

المحور السادس: مدى تأثير وفرة الخدمات كالأنترنت ورغباتهم من شراب وطعام على مواظبتهم، والاسس التي تدفعهم لاختيار مقهى دون اخر

المسائلة في المحاور السابقة كانت بهدف فهم سوسيولوجيا الجمهور والامور المتعلقة بنسق استعداداتهم ورساميلهم.

3 . المقابلات مع الدوائر الرسمية (الغرفة التجارية وبلدية رام الله)

وكان ذلك ضمن الاهداف التالية:

- **الهدف الاول:** الحصول على السجلات المتعلقة بالمقاهي والمطاعم من حيث الكم والفترات التي تظهر انتشار واسع أو تراجع في الاستثمار في المقاهي، بالإضافة إلى ترسيم خارطة جغرافية للمقاهي
- **الهدف الثاني:** الاطلاع على شروط الترخيص والعمل
- **الهدف الثالث:** التعرف على سياسة بلدية رام الله حول المدينة

ملحق رقم (3): سجل المقاهي والمطاعم، بيانات الغرفة التجارية

رقم متسلسل	اسم المنشأة	التاريخ	رقم متسلسل	اسم المنشأة	التاريخ
1.	شركة مصايف رام الله	1962	152.	لاروج كافيه	2010
2.	مطعم بوشة	1970	153.	مقهى الغرباء	2010
3.	العمدة للشاورما	1981	154.	مطعم وكوفي شوب كاسبر	2010
4.	حلويات جروبي	1989	155.	لافيستا	2010
5.	حلويات الامراء	1990	156.	مطعم زرياب	2010
6.	مكسرات شبانة	1991	157.	فرايديز	2010
7.	شركة حلويات جعفر	1991	158.	حلويات الهلال	2010
8.	مطعم وحلويات سامر	1992	159.	شركة ريتس للخدمات السياحية	2010
9.	حلويات البستان	1992	160.	شركة بال بينيت بول	2010
10.	مطعم ابو اسكندر	1992	161.	شركة مطاعم بيت انيسه	2010
11.	مطعم اواستراحة السيوري/ اياد السيوري	1992	162.	مطعم واستراحة الصفصاف	2010
12.	سويت هاوس	1995	163.	بليادرو صالتنا	2010
13.	شركة فندق وصالة ومطاعم المريلاند	1996	164.	مطعم توستي	2010
14.	مقهى العمري	1996	165.	شركة ذا فاكتوري للتجارة والاستثمار	2010
15.	مطعم وباربيكيو زعرور	1996	166.	مطعم االمنارة	2010
16.	قهوة كت كات- كافيه برنتو	1996	167.	شركة مطعم وكوفي شوب اكاشا	2010
17.	فندق ووكالة رام الله للسياحة والسفر	1996	168.	شركة كيو للاستثمار	2010
18.	شركة المنريت للتجارة والاستثمار	1997	169.	مطعم وكوفي شوب نفس المكان	2010
19.	دايمونت للملابس	1997	170.	مطعم العناتي	2010
20.	شركة حلويات ايفل	1998	171.	مطعم لوين	2010
21.	مطعم و رووف كان زمان	1998	172.	شركة مطاعم ورووف الكخن	2010
22.	مطعم القناعة 1	1999	173.	شركة مطاعم هني بني	2011
23.	مطعم الواحة	1999	174.	مطعم غيتار بسترو	2011
24.	شركة جراند بارك للفنادق والاستجمام م.ع	1999	175.	مطاعم الخزامى	2011
25.	منتجع اكوازان السياحي	1999	176.	شيكاغو تشيز ستيك	2011
26.	مطعم مستر بيكر الحديث	2000	177.	شركة مطعم وروف طل القمر	2011
27.	فندق سيتي ان	2000	178.	شركة جيلاتو كيك للمأكولات	2011
28.	الشركة الامريكية للاغذية والاستثمارات الدولية (بيتزا ان)	2000	179.	شركة الروزنا للاستثمار والتطوير السياحي	2011
29.	مطعم بنجور قبعين	2001	180.	فور سيزون	2011
30.	فندق ومنتزة ومطعم بلازا	2001	181.	كان اسبرسو	2011
31.	شركة رام الله ماصيون سويتس للخدمات السياحية	2001	182.	جو كافيه	2011
32.	مطعم ابو خضر	2001	183.	الشركة العالمية للمطاعم	2011
33.	شركة المؤسسة العربية للفنادق	2002	184.	بيت خورية العائلي الفلسطيني للضيافة	2011
34.	شركة مطاعم انجلو	2002	185.	بيتس اند بايتس	2011
35.	حلويات دير دبوان	2002	186.	مطعم Dawzan	2011

.36	مطعم ابو العسل	2003	.187	سيناترا كوفي هاوس (مطعم سيناترا)	2011
.37	مطعم الارز- فلافل عبدو	2003	.188	مطعم الناصرة	2011
.38	مطعم ازكا تشكن	2003	.189	مطعم الباشا	2011
.39	نادر الصوالحي للتجارة	2003	.190	شركة جازمن كافيه	2011
.40	مطعم الشمعة	2003	.191	مطعم جنين الشعبي	2011
.41	شركة الكنار للمطاعم م.خ.م	2003	.192	بلو انجل	2011
.42	مطعم ومرطبات هملايا	2003	.193	مطعم وكوفي شوب حمادة	2011
.43	شركة ماك شين بورجرز للمطاعم	2003	.194	مطعم الشقباوي	2011
.44	مطعم القدس	2003	.195	كانباتا / زيت وزعتر	2012
.45	مطعم الموناليزا	2003	.196	شركة سامكو لتجهيزات المطاعم والفنادق	2012
.46	مطعم الاوائل	2003	.197	مقهى شباب البيرة	2012
.47	مطعم ابو شوشة	2003	.198	مطبخ رانيا	2012
.48	شركة فلسطين العالمية للمواد الغذائية (تشيكرز)	2004	.199	ابراج كافيه	2012
.49	مقهى الشام	2004	.200	مقهى جفرا	2012
.50	مطعم وكوفي شوب بلنشس	2004	.201	شركة نيو منجمنت للاستثمار \ منتزه البيرة	2012
.51	مطعم بيتزا اسامة	2004	.202	شركة ازمير للمطاعم السياحية	2012
.52	مطعم وكوفي شوب (الدار)	2004	.203	مقهى البيرة	2012
.53	ستارز كافيه	2004	.204	شركة كرمبز بيك شوب للمعجنات	2012
.54	مطعم دارنا	2004	.205	جافا كافيه	2012
.55	ترويقة	2004	.206	الشركة الاردنية الاسبانية للتوكيلات التجارية	2012
.56	حلويات بلادك	2004	.207	مطعم الامين	2012
.57	مطعم هبة	2004	.208	كافيه علاء الدين	2012
.58	حلويات عرفات	2004	.209	كافتيريا خمس نجوم	2012
.59	مطعم بيرزيت	2004	.210	شركة كان جو للتجارة والاستثمار - مطعم الضيعة	2012
.60	بلياردو لاكي	2004	.211	مطعم وكوفي شوب لافازا	2012
.61	مطعم وكوفي شوب عربي	2005	.212	مطعم دار سيدي	2012
.62	فندق المنارة	2005	.213	مطعم ومخبز ابوهمام	2012
.63	حلويات الحرمين	2005	.214	شركة فندق البيرة السياحي	2012
.64	حلويات ترمسعيا	2005	.215	مطعم الاخوة	2012
.65	شركة الرموني الترفيهية	2005	.216	مقهى بلو مون	2012
.66	مطعم شيش بيش	2005	.217	فريش فرويو	2012
.67	كافتريا الاستقرار	2005	.218	سويت اند فروت هاوس	2012
.68	مطعم شاورما الشام	2005	.219	مقهى الاصدقاء	2012
.69	مطعم الحيفاوي للمشاوي	2005	.220	مطعم ومقهى لوسين	2012
.70	قهوة وبلياردو الزيتونة	2005	.221	مقهى الواحة	2013
.71	مطعم وكوفي شوب اليت	2005	.222	ملك الربيع	2013
.72	مطعم ومنتزه طبش	2005	.223	مطعم وكافتيريا مانهاتن	2013
.73	مطعم الشعلة	2005	.224	شركة مقهى رام الله	2013

74.	بن ومقهى القريوتي	2005	225.	شركة الكاريبيان	2013
75.	مقهى النادي	2005	226.	شركة حلويات علاء الدين	2013
76.	مطعم شقيرة	2005	227.	مطعم وكوفي شوب بيت جدي	2013
77.	فندق ريتنو	2006	228.	مقهى بلدنا	2013
78.	فندق وصالة ومطعم الميريلاند	2006	229.	مقهى النادي	2013
79.	مطعم اب سايد داون	2006	230.	شركة كراون سويتس للخدمات الفندقية	2013
80.	شركة ستونز السياحية	2006	231.	مطعم نكاريش	2013
81.	شركة مخماس فن لاند للاستثمار	2007	232.	مطاعم يمي	2013
82.	شاورما ابو العبد	2007	233.	الشركة العربية للمطاعم والوجبات السريعة	2013
83.	المطعم الوطني	2007	234.	شركة منتجع فلسطين السياحي	2013
84.	حلويات شقبا	2007	235.	فور ايفر	2013
85.	شركة الماسة للاستثمار	2007	236.	شركة سيران للاستثمار	2013
86.	شركة الانقر سويتس للسياحة والخدمات الفندقية	2007	237.	شركة لولو لاند للالعاب الترفيهية	2013
87.	شركة الضيعة للسياحة والاستثمار	2007	238.	كوفي شوب ديلاتور	2013
88.	مطعم ماكسيمون	2007	239.	شركة الشبكة لمطاعم الوجبات السريعة	2013
89.	مطعم نفرتيتي	2007	240.	مطعم الامانة	2013
90.	شاورما وائل ابو العبد	2007	241.	ابو عنتر للحلويات	2013
91.	شركة ستارز اند بكس كافي م. خ.م	2007	242.	شركة الحاج عبد المعطي وشركاءه للاستثمار السياحي – جفرا	2013
92.	مطعم فوانيس	2007	243.	مطعم صنع بيتي	2013
93.	مطعم هلا	2007	244.	حلويات الفرح	2013
94.	شركة ال دي لابيه للاستثمار	2007	245.	مطعم عبود	2013
95.	كنتاكي فرايد تشيكن الشرق	2008	246.	شركة القدس للاعمار	2013
96.	كوكتيل فروتي	2008	247.	الشركة الاولى الترفيهية الاختصاصية	2013
97.	مطعم بيروت	2008	248.	مطعم عبي بايدك	2013
98.	مطعم النورس	2008	249.	شركة سيتي فن لاند للاستثمارات السياحية	2014
99.	شركة مطاعم مستر بيتزا	2008	250.	شركة مقهى الفيشاوي	2014
100.	مستر فيش	2008	251.	حلويات الريف	2014
101.	مطعم توماسوز بيتزا	2008	252.	شراكة الطعام الصيني	2014
102.	مؤسسة الصوالحة للتجارة والصناعة والخدمات العامة (متضمن اكوا فيفا العائلي)	2008	253.	شركة ارقام للتنمية والاستثمار	2014
103.	بلو	2008	254.	مطعم اللؤلؤة	2014
104.	مطعم الوجبات السريعة	2008	255.	مقهى النخلة	2014
105.	بيرث كفي شوب	2008	256.	مطعم الدوم	2014
106.	هم هم مكدونالد	2008	257.	رولزباري Rollsbury	2014
107.	مقهى بلدنا	2008	258.	سيتو كافيه فلسطين	2014
108.	ستارز كافيه	2008	259.	مطعم السلامه	2014
109.	شركة زمن لخدمات الضيافة والترفيه	2008	260.	شركة مطاعم باب الشام	2014
110.	حلويات وكوفي شوب يوربيان	2008	261.	مقهى المنار	2014
111.	شركة ازور للاستثمار	2009	262.	شركة مارينا للاستثمار	2014

2014	مطعم شارلي فرايد شيكن	263.	**2009**	مطعم وكوفي شوب الدار	112.
2014	شو زاكي للمعجنات	264.	**2009**	كلاج عمر لصناعة الكلاج النابلسي	113.
2014	مطعم بيت الشاورما والفلافل	265.	**2009**	نعنع كافيه	114.
2014	حلويات وبيتزا ومعجنات اليمني	266.	**2009**	شركة اجياد فلسطين للتجارة والاستثمار	115.
2014	شركة نوتيلا للتجارة والاستثمار	267.	**2009**	شركة اكسبرس بيتزا	116.
2014	شركة جلوبال ترافيلرز انتر ناشونال	268.	**2009**	مطعم وكوفي شوب كافيه ستوب	117.
2014	شركة ام ار ام للاستثمار السياحي	269.	**2009**	حلويات واكسسوارات حنضل	118.
2014	مطعم فيكانوس	270.	**2009**	فندق رويال كورت سويت	119.
2014	محلات العامر للتوزيع	271.	**2009**	شركة النجمة للاجنحة الفندقية والاستثماري	120.
2014	شاورما ازكى	272.	**2009**	مطعم وكوفي شوب الترويقة	121.
2014	شركة بال تشكي تشيز للترفيه	273.	**2009**	مطعم نوفمبر	122.
2014	مشاوي على كيف كيفك	274.	**2009**	شركة برايم للاستثمار	123.
2014	مطعم وكوفي شوب كستنا	275.	**2009**	مطعم المنذر	124.
2015	عرابي بوريكس	276.	**2009**	مطعم ليمونز	125.
2015	مطبخ وكافتيريا ام سامر	277.	**2009**	فندق الوحدة	126.
2015	مطعم عايشة	278.	**2009**	بلياردو العندليب	127.
2015	مطعم وكوفي شوب كابري	279.	**2009**	مطعم البيان	128.
2015	شركة المنارة هوتيل المساهمة	280.	**2009**	مطعم وروف الصفا	129.
2015	مطعم سنديان	281.	**2009**	مقهى ايفيل	130.
2015	مايسترو كافيه	282.	**2009**	يو كافيه	131.
2015	مطعم ستونز	283.	**2009**	لفي كافيه	132.
2015	شركة مطعم وكوفي شوب روميرو	284.	**2009**	مطعم ستيك هاوس	133.
2015	مطعم ع الحطب	285.	**2009**	مطعم فلافل وشاورما جنين	134.
2015	مخبز الرشيد	286.	**2009**	شركة مطاعم بيتزا هاوس	135.
2015	شركة اثينا للخدمات الفندقية والسياحية	287.	**2009**	عالحطب	136.
2015	مقهى وكوفي شوب امجد عابد	288.	**2009**	مطعم وروف العراب	137.
2015	ماماس Mamas Delights	289.	**2009**	احمد ابو غوش للتجارة	138.
2015	شركة الطيبة للخدمات الفندقية	290.	**2009**	مطعم سنكريا	139.
2015	شركة الياسمين للحلويات	291.	**2009**	مقهى يافا	140.
2015	كان كافيه	292.	**2010**	كوفي شوب المغارة	141.
2015	شركة ليمون اند لايم للاستثمار	293.	**2010**	مقهى النجوم	142.
2015	مطعم مشوار	294.	**2010**	مقهى شيش بيش	143.
2015	توست نجوم	295.	**2010**	مطعم النافورة	144.
2015	فليفرز- مجنون كيك	296.	**2010**	مقهى رام الله	145.
2015	مطعم 360	297.	**2010**	مطعم كي 5 ام	146.
2016	المعلم فرايد تشكن	298.	**2010**	مطعم وبلياردو جولد روك	147.
2016	مطبخ ام عصام	299.	**2010**	شركة لاكوستا كافيه للاستثمار	148.
2016	شركة ابراج الزهراء للاجنحة الفندقية	300.	**2010**	فريش كافيه	149.
2016	مشاوي مرار	301.	**2010**	مطعم ورووف ليالي الشام	150.
2016	مقهى الضيعة	302.	**2016**	مطعم الساحل	151.

ملحق رقم (4): سجل المقاهي والمطاعم وفق بيانات بلدية رام الله

1. جدول المقاهي

رقم متسلسل	الاسم التجاري	العنوان	رقم متسلسل	الاسم التجاري	العنوان
.1	مقهى الطيرة الشعبي	شارع الطيرة	.47	مطعم و كافتيريا الاسراء	دير الروم
.2	سندويشة وارجيلة	الطيرة	.48	كافتيريا الاسراء	البلدية
.3	كوفي شوب الريف الفلسطيني	شارع الطيرة	.49	OREGANO	رام الله التحتا /قرب البنك العربي
.4	زواكي / ZAWAKI	الماصيون	.50	كاستنة	مقابل النادي الاسلامي
.5	ومن كافيه	شارع الماصيون / عمارة بريكو	.51	مقهى الجمل	الشارع الرئيسي يمين
.6	زمن كافيه	شارع الطيرة	.52	* البابا مقهى *	شارع الحسبة
.7	جفرا	الصناعة / شارع الايام	.53	مطعم ومقهى تروئية	شارع الحرجة/ عمارة البلدية
.8	زيارة	شارع المكتبة	.54	مقهى الفيشاوي	شارع المحاكم
.9	العجمي	شارع المعاهد	.55	شيشا كافيه	شارع المحاكم
.10	View Cafee	شارع المعاهد	.56	بلو انجل	الاذاعة
.11	اوجان	شارع النزهه	.57	STOP CAFÉ	شارع الاذاعة / عمارة الهندي
.12	LaVie Cafe	شارع المعاهد	.58	FREE TIME	شارع الاذاعة
.13	كافتيريا الندى	شارع العودة / عمارة الصفا	.59	كافتيريا المزرعاني	شارع الاذاعة
.14	مطعم ورووف الصفا	شارع العودة / عمارة الصفا	.60	مطعم وكوفى شوب حمادة	شارع الاذاعة / عمارة الاعرج
.15	كافتيريا رغد	الشارع الرئيسي	.61	مقهى وانترنت الريان	شارع الاذاعة / عمارة ريان
.16	بساطة	دوار الساعة	.62	لوسين كافيه	شارع الاذاعة
.17	مقهى وكافتير باب الحارة	العاهد/عمارة الرموني	.63	مطعم ورووف نفس المكان	شارع الاذاعة / عمارة سردا
.18	كشك عبد الناصر العزة	قرب المستشفى	.64	كافتيريا ابو عبيد	شارع الاذاعة / عمارة حنانيا وخراز
.19	بياترس نت	شارع المعاهد	.65	City Love	شارع الاذاعة
.20	الفصول الأربعة	شارع المعاهد / عمارة الرموني	.66	مقهى النخلة	شارع النهضة
.21	ملتقى الغرباء	المغتربين / عمارة برج الساعة	.67	مطعم ورووف ليالي الشام	شارع النهضة / عمارة البكري
.22	لاكوستا	شارع المغتربين /عمارة برج الساعة	.68	كوفي نت الحرية	النهضة - عمارة البكري
.23	مطعم وناسا	شارع العوده	.69	مقهى وبلياردو بغداد	شارع الاذاعة
.24	مقهى الأصدقاء	شارع العودة	.70	جو كافيه	شارع الاذاعة
.25	بيستو	الماصيون	.71	X-Games	شارع الاذاعة
.26	كشك المستشفى	شارع المستشفى	.72	* الشام مقهى *	الشارع الرئيسي / عمارة اللؤلؤة
.27	مقهى الشام	الماصيون	.73	كوكتيل فروتي	الرئيسى
.28	كافيتريا الكلية الاهلية	شارع الكلية الاهلية	.74	سكالوبيني	الشارع الرئيسى / عمارة لؤلؤة المنارة
.29	تسشى تسشى / TCHE TCHE CAFÉ	شارع الماصيون	.75	تركس	الرئيسى / عمارة عقل
.30	SEGAFREDO	عين منجد	.76	مقهى رام الله 2	شارع المعرض

.31	**كافتيريا جامعة القدس المفتوحة**	شارع عين مصباح	.77	**شركة الدي لابيه (CAFE DELAPAIX)**	البلدية
.32	*** ارابيسك ***	شارع فندق عودة	.78	**مطعم ومقهى نارة**	الاصدقاء
.33	**كوكتيل الشام**	شارع فندق عودة	.79	**ميراج**	شارع الاصدقاء
.34	*** فريش كوكتيل ***	شارع المحفل	.80	**كاسبر**	الشارع الرئيسى / عمارة عقل
.35	**فرش كافيه**	شارع السلام / عمارة الفار	.81	**السيزر**	الرئيسي
.36	**AZMER**	الشارع الرئيسى	.82	**مقهى الحمراء**	الشارع الرئيسي
.37	**مقهى رام الله**	الرئيسي	.83	**GOLD ROCK**	الشارع الرئيسي - شمال
.38	**علي بابا**	شارع المحفل	.84	**beats & bites**	شارع الاصدقاء / عمارة الزمرده
.39	**ايفل**	شارع المحفل	.85	**مقهى جفرا**	شارع الاصدقاء / عمارة الزمردة
.40	**كوفى شوب كوول**	الشارع الرئيسى / عمارة النتشة	.86	**مقهى بلدنا**	شارع الاصدقاء / الفرنذز
.41	**مقهى السلام */ مطعم ومشاوي * الروم**	شارع السلام	.87	**مطعم جيتار بيسترو**	شارع الاصدقاء / عمارة الزمرده
.42	**مقهى العلية**	شارع الزهراء	.88	**مقهى عرب**	الشارع الرئيسي
.43	**اليت كافيه**	شارع الاذاعة	.89	*** الصوصو بوفيه ***	شارع المغتربين
.44	**المغارة LA GROTTA**	شارع دير الروم	.90	**KIWI**	الشارع الرئيسي
.45	**E CAFE**	شارع البريد / عمارة الفرح	.91	**الاصيل**	الشارع الرئيسى / عمارة طنوس
.46	**مقهى النجوم**	شارع البريد	.92	**كافتيريا البوادي**	شارع المعرض/عمارة طنوس

2. جدول المطاعم

قم متسلسل	الاسم التجاري	العنوان	رقم متسلسل	الاسم التجاري	العنوان
.1	**مطعم عالحطب**	شارع الصناعه بلوك 4 يمين	.96	***المطعم الصيني***	شارع الانبياء
.2	**مطعم ومعجنات جوهرة الشام**	الصناعه/ بلوك 4 يمين	.97	**الزوادة**	رام الله التحتا / شارع الانبياء
.3	**معجنات وطابون بيسان**	الصناعة / شارع يافا	.98	**checkers**	الشارع الرئيسي / عمارة النتشة
.4	**مشاوي ابو باسل**	شارع الصناعة / بلوك 2 يمين	.99	***مطعم الشام***	الشارع الرئيسي
.5	**مطعم**	الصناعة / بلوك 3 يمين	.100	*** CHARLE FRIED CHIKEN ***	الشارع الرئيسي
.6	**فخارة**	الطيرة	.101	**تشيلي هاوس**	شارع المنارة
.7	**جيلاتو**	شارع الطيرة / عمارة قصر الهنا	.102	***مطعم بيروت***	شارع المنارة / عمارة سيتي سنتر
.8	**الوطنية للمطاعم والوجبات السريعة**	شارع الطيرة	.103	***مطعم الشمعة***	شارع المحفل
.9	**سوبر ماركت وكافتيريا طميزي**	شارع الاذاعة	.104	**مطعم بندلي**	شارع السهل /
.10	**الصنوبر**	شارع عين مصباح	.105	**ابو العز**	شارع السهل
.11	***مطعم وكافيتريا رام الله***	المنطقة الصناعية / بلوك 4 شمال	.106	***مطعم شقيرة***	شارع الحرجة
.12	***فيلا فاتشيه***	شارع الماصيون	.107	**شاورما ناصر**	رام الله التحتا / شارع عيسى زيادة
.13	**تروبيكانا**	شارع الماصيون	.108	**SCOOP**	شارع عيسى زيادة

14.	**فندق جراند بارك**	شارع الماصيون	109.	**شركة فيتافة**	شارع عين مصباح
15.	**جاسمين**	شارع الطيرة	110.	**مطعم هبه**	الشارع الرئيسي
16.	**شركة يوني رستورانت الفلسطينية للمطاعم**	عمارة شامية 5	111.	**مستر فيش (فيش اند شيبس)**	الرئيسى
17.	**فلافل ابو خليل**	الطيرة	112.	***شاورما ابو العبد***	الشارع الرئيسي
18.	**مطعم الطيرة**	الطيرة	113.	**اكسبرس بيتزا**	شارع الطيره
19.	**مطعم الأمانة**	بطن الهوى / شارع الرملة	114.	**مطعم ومقهى تروية**	شارع الحرجة / عمارة البلدية
20.	**ع رام الله**	حي بطن الهوى	115.	**LEMONS**	شارع المحاكم / عمارة البيتوني
21.	**مطاعم الخزامى**	شارع يافا	116.	**فندق قصر الحمراء**	شارع الاذاعة
22.	**مستر بيتزا**	شارع يافا	117.	**مطعم فوانيس**	شارع الاذاعه
23.	**مطعم ارجوان**	شارع الماصيون	118.	**PIZZA HUT**	شارع الاذاعة
24.	**ساين ابس**	خلف المحروم / شارع الاصفهاني	119.	**K F C**	شارع الاذاعة
25.	**NINE ONE ONE 911**	شارع ميدان الشباب	120.	***شو زاكي***	الشارع الشرقي
26.	**كاسبر اند جامبيني**	شارع الجهاد - الماصيون	121.	**------مطعم الوحدة**	شارع النهضة
27.	**Three Amigos**	الماصيون	122.	**STOP CAFE**	شارع الاذاعة / عمارة الهندي
28.	**فلافل الأمير**	شارع المعاهد	123.	**FREE TIME**	شارع الاذاعة
29.	*** Skippys ***	شارع يافا	124.	**كافتيريا المزرعاوي**	شارع الاذاعة/ عمارة الاعرج
30.	**بيت انيسة**	شارع الماصيون	125.	***مطعم وشاورما جنين***	شارع الاذاعه
31.	***مطعم ومنتزه بلازا***	شارع يافا	126.	**مطعم وكوفى شوب حمادة**	شارع الاذاعة / عمارة الاعرج
32.	**CANN CAFE**	رام الله	127.	***قطايف الارز***	شارع النهضة
33.	**بيتزا كورنر**	النزهه/عمارة خليل موسى	128.	***مطعم السيوري اخوان***	شارع الاذاعة
34.	**ديبكور**	شارع يافا	129.	***مطعم جوردن بلو***	شارع الاذاعة / عمارة الاسراء
35.	**مطعم بلمندو**	شارع المعاهد	130.	**مطعم وكفتيريا سفاري**	شارع الاذاعة / عمارة الاسراء ط -3
36.	**مايسترو كافي**	دوار الساعة / بجانب كازبلانكا	131.	**حلويات الجبعي/كافتيريا تامر**	الاذاعه/عمارة مخماس
37.	**مطعم اوجان**	شارع النزهه	132.	***مطعم وروف كان زمان***	شارع الاذاعة / عمارة مخماس
38.	**مطعم العجوز والبحر**	شارع المكتبة	133.	**مطعم تايتنك**	الاذاعة/عمارة سردا
39.	**مطعم الديوان**	شارع النزهة	134.	**مطعم ورووف نفس المكان**	شارع الاذاعة / عمارة سردا
40.	**مطعم ازور**	شارع المعاهد	135.	**ستيك هاوس**	شارع الاذاعة / عمارة حنانيا وخراز
41.	***مطعم سنكريا***	شارع يافا	136.	**شيكاغو تشيز تشيكن**	شارع الاذاعة / عمارة اميه
42.	***فندق رويال***	شارع يافا	137.	***المطعم الوطني***	شارع الاذاعة
43.	**علي بابا**	شارع المستشفى	138.	***مطعم الاقتصاد***	شارع الاذاعة
44.	**La Vie Cafe**	شارع المعاهد	139.	***الشعلة***	شارع النهضة
45.	**مطعم وروف العراب**	شارع العودة/ عمارة عويضة	140.	**مطعم خلف**	شارع الاذاعه
46.	**مطعم ورووف ملك الربيع**	شارع عودة	141.	**بروست البيك**	شارع الاذاعة

.47	**عرب فرايد تشكن**	حي قدورة / شارع المعاهد	**.142**	***هم هم مكدونالد***	النهضة/عمارة البكري
.48	**مطعم ليالي فلسطين**	المعاهد/عمارة الرموني	**.143**	**جو كافيه**	شارع الاذاعة
.49	**مطعم منريت**	المغتربين	**.144**	**TRAFFIC**	شارع الارسال
.50	**وناسة**	شارع العوده	**.145**	***العمدة للشاورما***	الشارع الرئيسي
.51	**SUB & DELI**	شارع العودة	**.146**	**ليالي السلطان/مغلق سفيان 2003/9**	الرئيسي
.52	**مطعم الايمان**	شارع المصايف	**.147**	**شركة ستارز اند باكس كافي**	الرئيسى/عمارة اللؤلؤة
.53	**فتافيت**	شارع المصايف	**.148**	***بلنشس***	الشارع الرئيسي / عمارة اللؤلؤة
.54	***مطعم الشعب***	شارع المصايف	**.149**	**مطعم النافورة**	الشارع الرئيسى/ عمارة لؤلؤة المنارة
.55	**مطعم ومطبخ الساعة**	دوار الساعة	**.150**	***مطعم ابو اسكندر***	الشارع الرئيسي
.56	**بيستو**	الماصيون	**.151**	***مطعم ميكي ماوس***	شارع المغتربين
.57	**العميد للمشاوي والوجبات السريعة**	شارع المستشفى	**.152**	***ميس الريم***	شارع المغتربين
.58	**بيتزا متر**	شارع الماصيون / عمارة الكسواني	**.153**	**كاستيلو**	الفرندز
.59	**مستر لين**	الماصيون	**.154**	**الوجبات السريعة**	الشارع الرئيسي
.60	**موفنبيك**	شارع الماصيون	**.155**	***استراحة السيوري***	شارع المعرض
.61	**مطعم عايشة**	الماصيون	**.156**	**مطعم مستر بيكر**	الرئيسى
.62	**فروج الطازج**	الماصيون	**.157**	**الشرق (كنتاكي فرايد تشكن)**	الرئيسي
.63	**تشارلي فرايد تشيكن**	الماصيون	**.158**	**المطعم االبيت الصيني**	الرئيسي
.64	**TOMASSOS**	الماصيون	**.159**	***الحبش***	شارع المعرض
.65	**مطعم داوود باشا**	شارع الكلية الاهلية	**.160**	***مطعم ابو خضر***	شارع المغتربين
.66	**صدفة**	شارع راهبات مار يوسف	**.161**	**مطاعم يمي**	شارع يافا
.67	**مطعم بيتزا اسامة**	الشارع الرئيسي	**.162**	*** UP SIDE DOWN ***	شارع يافا
.68	**مطعم K5M**	شارع الرئيسي	**.163**	***برونتو***	شارع يافا
.69	***مطعم الناصرة***	الشارع الرئيسي	**.164**	***بونجور قبعين***	شارع المغتربين
.70	**شاورما وائل ابو العبد**	الرئيسى	**.165**	**The Pasement**	الشارع الرئيسي
.71	**فلستيا**	الماصيون / شارع خليل الوزير	**.166**	**ليديز للسيدات**	الشارع الرئيسى / عمارة عقل
.72	**شركة الانقر سويتس للسياحة والخدمات الفندقية**	شارع الماصيون	**.167**	***انجلو***	الشارع الرئيسي
.73	**تسشى تسشى كافيه / TCHE TCHE CAFÉ**	شارع الماصيون	**.168**	**مطهم جيتار بيسترو**	شارع الاصدقاء / عمارة الزمرده
.74	**اكاشا**	شارع الماصيون / عمارة السيزر	**.169**	**CHINESE FOOD**	الشارع الرئيسي
.75	**مطعم الموند**	عين منجد	**.170**	**شركة اف اند اف للخدمات الترفيهية**	شارع الاصدقاء / عمارة الزمردة
.76	**ليمون اند لايم للاستثمار**	شارع توكيو - قرب قصر رام الله الثقافي	**.171**	***مستر بيكر***	الشارع الرئيسي
.77	**Mirador Restaurant**	الطيره	**.172**	*** Stones ***	شارع عيسى زيادة
.78	**-------------gourmet piza**	شارع الاذاعة	**.173**	**سنديان**	شارع البريد
.79	**PINOCCHIO PIZZA**	شارع الاذاعة	**.174**	**شاورما السهل (مطعم مشاوي ابو السعد)**	شارع السهل
.80	**شاورما سامر ابوالعبد**	شارع الاذاعة	**.175**	***مطعم وشاورما الاحلام***	شارع السهل

81.	**مطعم وكوفي شوب الدار**	شارع الزهراء	**176.**	**سفاري**	شارع السهل
82.	***مطعم وروف طل القمر***	الشارع الرئيسي	**177.**	**Hot dog**	رام الله التحتا/ شارع سيدة البشاره
83.	**شاورما ازكا**	الشارع الرئيسي	**178.**	**Chili Chili**	شارع السهل
84.	**مطعم القناعه**	شارع الزهراء	**179.**	**مشاوي الشعب**	شارع السهل
85.	**شيش بيش**	شارع الزهراء	**180.**	**مطعم اتلانتك للماكولات البحرية**	شارع السهل
86.	**AZMER**	الشارع الرئيسى	**181.**	**مطعم دارنا**	شارع السهل
87.	**ZIEVA**	شارع عين مصباح	**182.**	***زيت وزعتر* -**	الشارع الرئيسي
88.	**فلامنجو**	شارع الكلية الاهلية	**183.**	**مطعم النبعة**	شارع الحسبة
89.	**E – CAFEE**	شارع الكلية الاهلية	**184.**	***مطعم زعرور***	شارع البلدية
90.	**زرياب**	الرئيسي	**185.**	**مطعم بلدنا**	الصناعة / بلوك 9
91.	**شركة سيران للاستثمار**	الشارع الرئيسي	**186.**	**مطعم العناني**	الصناعة/ بلوك 7 شمال
92.	**ماكسيمون**	الرئيسى	**187.**	**مطعم الكالوني**	شارع الصناعة / بلوك 6 شمال
93.	**شركة نوتيلا للتجارة والاستثمار**	شارع الزهراء / عمارة العسعس	**188.**	***مطعم الزين***	المنطقة الصناعية / بلوك 5 شمال
94.	**شركة لكاسا للاستثمار**	شارع الزهراء	**189.**	**مطعم السيوري**	منطقة الصناعة شمال بلوك
95.	**مطعم عالطاير**	المحفل	**190.**		

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- احمد زايد وآخرون(2006) رأس المال الاجتماعي لدي الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية–القاهرة
- الارنؤوط. محمد (2012) من التاريخ الثقافي للقهوة والمقاهي، جداول للنشر والتوزيع–بيروت
- البكر. محمود مفلح(1995) لقهوة العربية في الموروث والادب الشعبي، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام–بيروت
- الجزيري. عبد القادر (1996) عمدة الصفوة في حل القهوة، ط1، منشورات المجمع الثقافي–أبو ظبي
- الجعبة. نظمي، وخلدون بشارة(2002) رام الله عمارة وتاريخ، سلسلة رواق في تاريخ العمارة في فلسطين–رواق
- الخطيب عصام، وسوزان متوالي(2006) واقع المطاعم في محافظة رام الله والبيرة ومدى سلامة الأغذية وجودتها فيها، معهد الصحة العامة والمجتمعية، جامعة بيرزيت –فلسطين
- الدغفق. هدى وآخرون(2007) المقهى المعاصر في المدينة العربية: الزبائن، المقاعد، الأحاديث حتى القهوة تغيرت .مجلة القافلة – شركة أرامكو – السعودية ، مج56 ،عدد1
- الربيعي. شوكت(2014) مقدمة في تاريخ الفنون التشكيلية العربية–الجزء الثاني، نشر اوثر هاوس–بلومنغتون
- السقا. اباهر(2016) التمثلات الجديدة في المجتمع الفلسطيني التَخَبُط التَمثُّلي والمِعيَاريات الجديدة نموذج محمد عساف، مجلة إضافات، عدد35
- بارت. بانجمين (2013) تر. سناء خوري حلم رام الله: رحلة في قلب السراب الفلسطيني، جرّوس برسّ ناشرون
- بركات. بشير (2012) مقاهي القدس في العهد العثماني، حوليات القدس، عدد13

- بزار. عبد الكريم(2007) دراسة لنيل شهادة الدكتوراه: علم اجتماع بيار بورديو، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر
- بورديو. بيير(2002) تر. احمد احسان، بعبارة أخرى: محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية، ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة
- بورديو. بيير(2013) تر. ابراهيم فتحي، قواعد الفن، الهيئة العامة المصرية للكتاب–القاهرة
- بورديو. بيير(2012) تر. هناء صبحي، مسائل في علم الاجتماع، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة
- بوعزيزي. محسن (2010) السيميولوجيا الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت
- تماري. سليم (2005) الجبل ضد البحر: دراسة في إشكاليات الحداثة، مقهى الصعاليك وامارة البطالة المقدسية، مواطن
- حسن. هالة (2006) خدمة المطاعم بين النظرية والتطبيق، مؤسسة حورس الدولية – الإسكندرية
- درويش. محمود (2006) في حضرة الغياب، رياض الريش للكتب والنشر
- سكوت. جون(2009) تر. محمد عثمان، علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت
- سمارة. معن(2003) فعل المقهى وفضاء المكان، مركز بانوراما–المركز الفلسطيني لتعميم الديمقراطية وتنمية المجتمع، القدس
- شوفالييه. ستيفان وكريستيان شوفيري(2013) تر. الزهرة إبراهيم، معجم بورديو، النايا للدراسات والنشر والتوزيع
- فرانسوا بايار. جان(1998) تر. حليم طوسون، أوهام الهوية، دار العالم الثالث، القاهرة.
- ليبس. يوليوس(2006) تر. كامل اسماعيل، أصل الأشياء بداية الثقافة الانسانية، ط2، دار المدى للثقافة والنشر، سوريا
- يحيى. عباد (2013) رام الله الشقراء، دار الفيل، فلسطين

المراجع الاجنبية:

- Bourdieu, Pierre (1984) Translated by Richard Nice, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu. Pierre (1991), Translated by Gino Raymond and Matthew Adamson, Language and Symbolic Power, Polity Press.
- Grenfell .Michael, (2012) Pierre Bourdieu: Key Concepts *“Habitus by Karl Maton”* 2nd Edition, Acumen Publishing, London
- Habermas. Jürgen,(1991) translated by Thomas Burger, The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society, The MIT Press, Cambridge
- Haine, W.Scott (1996). The World of the Paris Café: Sociability among the French Working Class, 1789–1914, The Johns Hopkins University Press
- Hattox. Ralph.(1985).coffee and coffeehouses "the origins of a social beverage in the medieval near east university of Wessington press ,Seattle
- Jacobs. Jane, (1961)The Death and Life of Great American Cities, Random House, new York,

- Kaduskar. Sharmila and others (1999), evaluating the work of a community cafe in a town in the South East of England: reflections on methods, process and results, Health Education Journal 58: 341.
- Lupton, Ellen(2006): D.I.Y. Design It Yourself, Princeton Architectural Press
- Oldenburg .Ray, (1999), The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community–3rd edition, Marlowe &company –New York
- Oldenburg.Ray, (1997) "Our Vanishing "Third Places"", Planning Commissioners Journal 25,
- Pedersen. Brett,(2011) the sociology of restaurants
- Tamari. Salim (2000), Jerusalem's Ottoman Modernity: The Times and Lives of Wasif Jawhariyyeh, Jerusalem Quarterly, file 9
- Spang. Rebecca, (2000) the Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture. Cambridge, Mass, Harvard University Press,
- Taraki .Lisa, (2008) Urban Modernity on the Periphery: A New Middle Class Reinvents the Palestinian City, Social Text • Vol. 26, No. 2

- Tjora. Aksel and others(2013), Café Society, "*The Café as a Third Places by Ray Oldenburg",* Palgrave Macmillan, United States
- Tjora. Aksel and others,(2013) Café Society, *"The Cafe Community by Ida Marie Henriksen, and others,* Palgrave Macmillan, United States
- Weinberg, Bennett Alan and Bonnie K. Bealer (2001). The world of caffeine "the science and cutler of the world's most popular drug. Routledge –New York.
- Woog. Adam,(2013) The Eiffel Tower (History's Great Structures),Reference Point Press Inc.San Diego

المراجع الالكترونية: –

- الماجدي. خزعل، (2012) من هم الكنعانيون: **بحث تاريخي متكامل** http://www.elloubnanioun.org/index.php (تاريخ التصفح 2015)
- المرغدي. الحسن (2017)الحداثة عند عبد الله العروي: معيقات التأخر التاريخي العربي وسبل تجاوزها . نقلا عن http://www.anfasse.org
- خداش. زياد (2009) سبب رائع لحب رام الله، صفحة الفيس بوك خاصته (تاريخ التصفح 2015)
- جريدة الأيام، مطعم السفينة http://www.al-ayyam.ps (تاريخ التصفح 2017)
- فخر الدين. محمد(2011)، قراءة سيميائية في دلالة أسماء المقاهي بالمغرب، أخبار بلادي، نقلا عن مغلس http://www.maghress.com/khbarbladi (تاريخ التصفح 2015)
- قاموس كامبردج، http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ista (تاريخ التصفح 2016)